

الجمهورية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى



جامعة التحدي - سرت

كلية الآداب والتربية

الدراسات العليا

قسم الإعلام

رسالة بعنوان:

تقييم دور العلاقات العامة في جمعية الدعوة الإسلامية



العالمية وفرعها بجمهورية مالطا



دراسة ميدانية

2007 - 2008 مسيحي

إعداد الطالب:

حمد علي مفتاح الجروشي

إشراف الدكتور:

جمعه محمد الفطيسي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الإجازة العالية (الماجستير)

في الإعلام

تاريخ المناقشة 2008/10/30 مسيحي

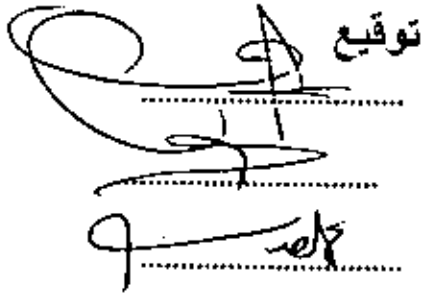
الجمهورية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى
جامعة التحدي - سرت

قسم الإعلام

كلية الآداب والتربية

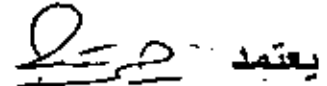
"تقييم دور العلاقات العامة في جمعية الدعوة الإسلامية
العالمية وفرعها بجمهورية مالطا"
دراسة ميدانية 2007-2008 مسمي

إعداد :- حمد علي مفتاح الجروشي .

توقيع


أعضاء لجنة المناقشة:-

- 1- د. جمعة محمد الفطيسي .
- 2- د. نبيل عبدالرحمن المسالمة .
- 3- د. محمد علي الأصفر .

يعتمد


أ. رحمة ابوبنينة عبد السلام
مدير مكتب الدراسات العليا
والتدريب بالكلية

يعتمد
أ. محمد الساعدي أصيبع
أمين اللجنة الشعبية للكلية
الآداب والتربية


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَأَنْتُمْ

وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ

عِنْدَ اللَّهِ أَزْكَأَكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴾

صدق الله العظيم

سورة الحجرات الآية (13)

المكتوبات

٤٤٤

رقم الصفحة	الموضوع
.iii	الإهداء
.iv	الشكر والتقدير
.v	قائمة الجداول
.vii	قائمة الأشكال
	المقدمة
1	الإطار العام للدراسة
2	تمهيد
3	توطئة
4	الإحساس بالمشكلة
6	مشكلة الدراسة
7	مسح الدراسات السابقة
16	تساؤلات الدراسة
18	أهداف الدراسة
20	أهمية الدراسة
21	نوع الدراسة
21	منهج الدراسة
22	مجتمع الدراسة
22	عينة الدراسة
23	وصف عينة الدراسة
25	أدوات الدراسة
27	مجالات الدراسة
28	أسلوب الدراسة
28	تعريف المفاهيم والمصطلحات الواردة في الدراسة
29	العقبات التي واجهها الباحث أثناء القيام بالدراسة

الفصل الأول

31

العلاقات العامة بين الرؤية المرشدة والنهج الإسلامي

32

تمهيد

33

أساسيات العلاقات العامة ومفهومها

39

العلاقات العامة والأنشطة الاتصالية الأخرى

44

تنظيم إدارة العلاقات العامة

الفصل الثاني

66

التنظيم الإسلامي الدولي

67

تمهيد

68

نشأة التنظيم الإسلامي الدولي

69

التعريف بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية

85

التعريف بفرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية بجمهورية مالطا (المركز الإسلامي)

الفصل الثالث

97

الدراسة المبدئية

98

تمهيد

99

دراسة جهازي العلاقات العامة

104

دراسة الجمهور الداخلي للعلاقات العامة

113

دراسة الجمهور الخارجي للعلاقات العامة

النتائج وخاتمة الطائفة والتوصيات

132

النتائج العامة

134

خاتمة المطاف

136

التوصيات

137

ثبت المراجع

146

الملاحق

الإهداء

إلى من أعطيتاني بلا حدود وأحبباني بلا هوى

.....

أبي وأمي

شكر و تقرير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا ونبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين .

يقول: ﷺ " لا يشكر الله من لا يشكر الناس " رواه أبو داود

نعم إنه من الواجب أن أعتزف بالجمل في هذه اللحظة التي أنعم الله عليّ فيها بإتمام هذا البحث ، فأسرع بتدوين شكري وتقديري الكاملين والكبيرين لكل من :

أستاذي الفاضل: الدكتور جُمعه محمد الفُطيسي الذي تفضل بالإشراف على هذا البحث ، وأعطاني من وقته وجهده الكثير : ولم يفتأ يضيء عليه من نسج عقلة حتى خرج بالصورة المطلوبة. والأستاذ الفاضل : إبراهيم علي الربو (أمين مكتب المؤتمرات والمهيات الدولية والإغاثة بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية) الذي كان له الفضل في تذليل الصعاب أمام الباحث لإنجاز الشق الميداني لهذه الدراسة والأستاذين الفاضلين : وجدي نشوش (أمين فرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية بجمهورية مالطا) .

والشيخ محمد السعدي (إمام وخطيب وداعية المركز الإسلامي مالطا) . على حسن الضيافة و ما قدمه للباحث من خدمات ومعلومات أثناء إجراء الدراسة الميدانية على المركز . والأستاذين الفاضلين : الدكتور محمد علي الأصفر ، و الدكتور نبيل عبدالرحمن مسالمة اللذين تفضلا بمناقشة الرسالة .

كما لا يفوتني أن أسجل شكري إلى كل من شجعتي ودعمني - ولو بكلمة طيبة - وقدم لي الرأي والمشورة من أساتذة وزملاء . فإلى كل هؤلاء أقول :

جزاكم الله خيرا جزاء جزاء

قائمة الجداول

الصفحة	موضوع الجدول	الجدول
جداول وصف العينة		
23	يوضح توزيع عينة الجمهور الخارجي حسب الجنس	1
23	يوضح توزيع عينة الجمهور الخارجي حسب فئات العمر	2
24	يوضح توزيع عينة الجمهور الخارجي حسب المستوى التعليمي	3
جداول دراسة الجمهور الداخلي		
104	يوضح مدى معرفة العاملين بوجود قسم للعلاقات العامة	4
104	يوضح مدى ارتباط نشاط العلاقات العامة بالوظائف الإدارية الأخرى	5
105	يوضح انطباع العاملين عن وظيفة العلاقات العامة	6
105	يوضح مدى معرفة العاملين بوظائف العلاقات العامة	7
106	يوضح الأعمال التي تمارسها جهاز العلاقات العامة	8
107	يوضح وسائل الاتصال الأكثر استخداماً من قبل جهاز العلاقات	9
107	يوضح الأسس والأدوات التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة لأداء نشاطه	10
108	يوضح الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة للعاملين	11
108	يوضح مدى وجود نظام يمكن للعاملين من خلاله تقديم شكاوهم للجمعية	12
108	يوضح الجهة الإدارية التي يقوم العاملون من خلالها بتقديم شكاوهم للجمعية	13
109	يوضح مدى تعرض العاملين للمشاكل أثناء عملهم	14
109	يوضح المشاكل التي تواجه العاملين أثناء تأدية أعمالهم	15
110	يوضح مدى رضى العاملين عن عملهم	16
110	الأسباب التي حالت دون رضى بعض العاملين عن عملهم	17
111	يوضح مدى موافقة العاملين على أن العلاقات وظيفية أساسية لا غنى عنها للجمعية	18 (أ)
111	يوضح مدى موافقة العاملين على أن العلاقات العامة تساهم في رسم صورة ذهنية طيبة عن الجمعية	18 (ب)

112	بوضـح مـدى موافقة العاملين على أن العلاقات العامة تعمل لصالح الإدارة العليا فقط	18 (ج)
112	بوضـح مـدى موافقة العاملين على أن نجاح العلاقات العامة يبدأ من نجاحها الداخلي أساساً	18 (د)
جداول دراسة الجمهور الخارجي		
113	بوضـح مـدى الانتظام في التردد على المركز	19
113	بوضـح أغراض وأسباب التردد على المركز	20
115	بوضـح نشاطات المركز	21
118	بوضـح مـدى استطاعة المركز أن يكون له جمهوراً مسلماً يزوره ويستفيد منه	22
119	بوضـح العوامل والأسباب التي ساعدت على تكوين هذا الجمهور	23
121	بوضـح أسباب عدم استطاعة المركز تكوين جمهوراً مسلم	24
122	بوضـح مكانة المركز في المجتمع المالطي	25
123	بوضـح مـدى استفادة غير المسلمين من نشاطات المركز	26
125	بوضـح مـدى نجاح المركز في نشر الدعوة إلى الإسلام	27
126	بوضـح مـدى استطاعة المركز إقناع غير العاملين لدخول الإسلام	28
128	بوضـح مجالات العمل أو المهام التي يمكن أن يضفيها المركز لتحقيق أغراضه وأهدافه	29
129	بوضـح مـدى وجود أي مقترحات أخرى لتطوير المركز	30
130	بوضـح مـدى وجود أي إضافات أخرى لتطوير المركز	31

قائمة الأشكال

الصفحة	موضوع الشكل	الشكل
43	يوضح تمازج نشاط العلاقات العامة والأنشطة الاتصالية الأخرى	1
87	يوضح الخريطة التنظيمية العامة لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية	2

المقدمة

تتمهيد

الإطار العام للدراسة

- توطئة
- الإحساس بالمشكلة
- مسح الدراسات السابقة
- تساؤلات الدراسة وأهدافها وأهميتها
- نوع الدراسة والمنهج المتبع فيها
- مجتمع الدراسة والعينة ووصفها
- أدوات الدراسة وأسلوبها
- تعريف المفاهيم والمصطلحات الواردة في الدراسة
- العقاب التي واجهها الباحث أثناء القيام بالدراسة

تمهيد

الإطار العام للدراسة هو الأثافي التي تُبني على أساسها صرح التصورات النظرية والعملية (الميدانية) لهذه الدراسة ، والمتمثلة هنا في مجموعة من (المراحل) أو الإجراءات المنهجية المتسلسلة تبدأ بمدخل طرح من خلاله الرؤية العامة والجديدة لهذا البحث ، ثم تليها مرحلة الإحساس بالمشكلة والتي اختصت بسررد الدوافع والظروف الهامة والخاصة التي كانت سبباً في قيام الباحث بإنجاز بحثه ، ويلى ذلك مباشرة مسح الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة والذي سئل من عملية تحديد المشكلة ، أو بمعنى آخر التشخيص الدقيق للإشكالية المراد بحثها والتي تفتق عن تحديدها مجموعة من التساؤلات تم الإجابة عليها من خلال فصول هذه الدراسة ، والتي يمكن اختزالها في التساؤل الآتي :

ما الدور الملقى على عاتق العلاقات العامة في جمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، وفرعها

بجمهورية مالطا ؟ وهل يتمشى هذا الدور مع ما يُتهدف إليه في مجال نشر الدعوة الإسلامية ؟

أبرزت بعد ذلك أهمية هذه الدراسة ، وما يُتهدف إليه ، وما نوعها ، والمنهج المستخدم ، ومجتمع

الدراسة ، والعينة المختارة ، ووصفها ، والأدوات التي استخدمت في جمع البيانات والمعلومات ،

والأسلوب المستخدم في هذه الدراسة .

وكبقية الدراسات لم تخلو صفحات هذا البحث من مجموعة من المفاهيم والمصطلحات التي رأى

الباحث ضرورة توضيحها وتعريفها، وختم الإطار العام لهذه الدراسة بسررد الصعاب والعوائق التي

كانت أن تحول دون إنجاز الباحث ما يرمى إليه !.

الإطار العام للدراسة

توطئة :

أضحت العلاقات العامة إحدى الدعائم الأساسية للإدارة الحديثة ، وضرورة من ضرورات العصر لكل المنظمات الرامية إلى النجاح ، وتحقيق التوافق والانسجام مع الجمهور ، والرأي العام .

ولقد تطورت أي العلاقات العامة - بشكل يتعاضد مع ما يتفق مع التطورات السائدة عالمياً والمطرودة في مختلف مجالات الحياة الإنسانية لاسيما في العصر الراهن " عصر العولمة " والذي أصبحت فيه وسائل الاتصال الإلكتروني عصب الحياة المدنية وقوامها ، والتي بفضلها زالت الحدود والحواجز بين الأفراد والمجتمعات ، و انسابت المعلومات بلا توقف عبر قنواتها و أوعيتها المختلفة ، والتي تعرف الإنسان بشمواد الإخبارية والثقافية والعلمية والترفيهية وتلقى بظلالها سلباً أو إيجاباً ، فهي تحيط به إحاطة السوار بالمعصم ، وتحاصره من مختلف الجهات ، وبمختلف اللغات ليلا ونهاراً وتو لم يسهل الإنسان المعاصر إلى هذه الوسائل فسوف تسعى إليه .

بيد أن لهذه التقنيات وهذا التواصل المريع سلبياته ، منها إحداث نوع من التعقيدات في العالائق بين الجماهير وجميع الهيئات والمنظمات والجهات ذات الرسالة الاتصالية، أدت بها إلى التشابك والتشظي و بعض الأحيان الفشل في تحقيق الأهداف ، مع الأخذ في الاعتبار أنه لم يعد بالإمكان الإغضاء عن آراء و اتجاهات ومبول هذه الجماهير بعد أن أظنت برأسها فقد ولي الزمان الذي تسان فيه جموع الناس دون وعي منهم ولم يعد يحفل به ، وعد ذلك الرأي اليوم رأي جم البساطة والخطأ بل ضرباً من ضروب الهراء !! .

فضلا عن هذا فقد سخرت تلك التقنيات الاتصالية من قبل المغرضين في الجانب الدعائي السيئ لتحقيق أهدافهم وسأربهم ، ولا غرابة في هذا فلكم شحنة غالبة في طابع أولئك المغرضين وذلك دينهم في كل عصر! .

بناءً على هذه المسوغات وغيرها نالت العلاقات العامة في الدول الغربية المتقدمة " كمنهوم علمي متخصص " اهتماماً ورواجاً متزايدين من قبل كافة المنظمات . والهيئات ، والقطاعات على اختلاف وتباين أهدافها ومشاربيها ، وتفرغ رسائلها الاتصالية ، والمستويات التي تعمل فيها ، بل أنه كلما توسعت أنشطة المنظمة من المستوى المحلي إلى المستوى الدولي كلما زادت أهمية العلاقات العامة ، وتعاضد أثرها . فلقد باتت حلقة الوصل بين المنظمة والجمهور ، والأداة الفعالة لتحسين الصورة الذهنية .

إن هذا الاهتمام الكبير بالعلاقات العامة في المجتمعات الغربية ، لخلق بنا أن نسأل على ضوءه عن مدى نجاحها في المنظمات الإسلامية الدولية - العاملة في ميادين الدعوة الإسلامية - في نشر الإسلام واستجلاء صورته السمحة ومبادئه الإنسانية و إزالة عنها أوشاب الزمن .

ولا نخال أن أحداً يخطر بباله الشك في إمكانية تحقيق ذلك دونما الحاجة لتفهم دور العلاقات والارتباطات بمعناها الأعم ، وكيفية نجحنا نجحاً يجعلها في خدمة التغيير نحو الأفضل ، لاسيما ونحن نمتلك الأساس القويم المستمد من الوحي القرآني الخالد لتنظيم هذه العلاقات على جميع الأصعدة والمستويات مع الاستفادة مما أفرزته الأدمغة البشرية من اكتشافات ومعارف يمكن توظيفها لخدمة أهداف الدعوة الإسلامية ، فلكل عصر ظروفه ووسائله الخاصة به ، والإسلام يصلح لكل زمان ومكان .

ولا يخفى أن معرفتنا بالعالم لا تغنينا عن معرفة العالم بنا ، و أننا كلما أحسننا بأعبائنا في شتى العلاقات العالمية وجب علينا أن نتثبت في مكاننا بين الأمم على أساس الفهم والإنصاف ، وبخاصة في تلك المسائل التي يرتبط بها كيان الأمة كمسائل العقيدة و الثقافة ، والغاية التي نرسق إليها على هدايته في سعينا إلى المصير المنظور . فإذا نظرنا إلى مضمون وسائل الإعلام الغربية فقصارى ما نفهمه من نزعة الإنصاف عندهم أن هناك استعداداً لقبول صورة صحيحة عن الإسلام تؤديها نحن و لا يملك أحد غيرنا أن يحسن أداءها ، و إننا لازلنا مطالبين للعمل بجدارة لتحقيق ذلك ، وقد صنعوا كثيراً وتم نكد نصنع شيئاً للرد عليهم ، كأنما تلقى العبء كله على أولئك المسؤولين الغرباء الذين نزعوا منزع الإنصاف (56) (العقد ، 1999 : 99) .

لذا جرى بنا أن نقول في - هذا السياق - أن جزءاً كبيراً من هذه المسؤولية العظمى يقع على كاهل المنظمات الإسلامية الدولية ، وذلك بوصفها منابر عالمية للدعوة الإسلامية ، كما أنها آخر ما تبقى من دلائل وحة المسلمين !! . وعليه فقد قام الباحث بإجراء هذه الدراسة العلمية حول إحدى هذه المنظمات ، وذلك لتقييم دور العلاقات العامة فيها ، ومدى اهتمامها بتطبيقها وفق الأسس العلمية .

هذه المنظمة هي جمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، والتي على وشك أن تتم عقدها الرابع في ميدان الدعوة إلى الله والودود عن حياض الإسلام ، ولقد تلبط منذ إنشائها عزماً ومضت قدماً في تحقيق ما ترنو إليه لا تنبه بما قد يحك ضدها في الخفاء .

المحصول بالشكلة

إن وجود المقر الرئيسي لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية في ليبيا كان له دور في إزالة الكثير من العقاب أمام تباحث لإجراء هذه الدراسة . حيث أن القانون المنظم لمثل هذا النوع من المنظمات يخول للمقر الرئيسي الانتقال إلى أي بلد إسلامي آخر ترتبته المصنحة ويتفق عليه الأعضاء ، وليس بالضروري ثبوت المقر في البلد المنشأ أو الداعي إلى تأسيس المنظمة ، مما يعني تباحث تعذر الوصول إليها وإجراء هذه الدراسة .

وتأتي أهمية هذه المنظمات في الوقت الراهن ، حيث يواجه فيه الإسلام حملة دعائية سيئة متعمدة من قبل الغرب تستهدف تشويه هذا الدين ونعته بنموت فجة لا تنسب إلى ميزان الحق والضمير ! ، مما أثار حفيظة الباحث لإجراء هذه الدراسة و اعتنام فرصة قرب مقر جمعية الدعوة الإسلامية العالمية للنظر في إمكانية وقف هذه المنظمة الإسلامية الدولية لأبواق الإعلام الغربي الذي ما انفك يغري بالعدوان و ينفخ في جذوة النعمة والبغضاء بين الشعوب والأديان ، وذلك بالاستخدام العلمي الصحيح لفن العلاقات العامة .

ويرى الكثير من المختصين أن هذه الحملة تعد الأعنف والأشد في تاريخ الإسلام والتي زانت ضراوة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 مسيحي ، فأصبحت هذه الحملة توظف لمأرب سياسية واقتصادية لدى بعض حكومات الغربية ، فانطلقت أبواق الدعاية الأمريكية والصهيونية تطلق النذر والأراجيف وتعلن في غير موارد أن العدو الأول للحضارة الغربية هو الإسلام !!

وهنا لتتربط ههههه ونقدر مواطن الضعف [...] [في سياساتنا الانصالية في مجال الدعوة الإسلامية في مثل هذه المنظمات] سيحدث الخلاف في التقدير لا محالة ولكن التقدير يظل تقديراً صحيحاً في حيز الإمكان ، وقد نلمحه نحن كما يلمحه الغير وقد نجعله جميعاً ولا لوم علينا أو عليه ، وتلك سمة من سمات البحوث العلمية في مختلف الدراسات لا نريد أن نقول: أنها أصدق في العلم وأقرب إلى الأمانة العلمية، ولكن نريد القول بحق أنها مأمونة عند الحساب قليلة الكلفة عند المطابقة بدليل. (55) (العدد ، 1978 : 72] .

ولذا يمكن القول : أن الإخفاق في علاج مشكلة ما يعود إلى رسيس من الأخطاء المتكررة التي لا قرابة لها بالأسس العلمية بل إن العلم منها براء . وكما سبق وأن أشرنا في المقدمة أن مكن الخطأ وسوء التقدير في هذا المجال يقع في عدم فهم الدور الحقيقي للعلاقات والارتباطات بمعناها الأعم ، فما دام هناك خلل في هذه العلاقات فلن نتوقف شواجر النزاع والصدام بين الأفراد والمجتمعات ، وإن المخزوف الرثة التي خامرت نفوس الغرب دهرأ طويلا اتجاه الإسلام لن تجد لها إلى الأمان سبيلا !! .

ولن نجافي الحقيقة إن قلنا : أننا في أمس الحاجة إلى استخدام العلاقات العامة الفعالة في منظماتنا الإسلامية الدولية أكثر من أي وقت مضى ؛ إذ غضاضة من القول - في هذا السياق - إن العلاقات العامة كثيرا ما اعتورها اللبس وسؤ الفهم في مجال التطبيق ، ولطالما أهملت من قبل الإدارة العليا في البلدان النامية ، هذه الحقيقة ليست من الأفكار الجزاف ، أو من فضول الكلام كما قد يظن البعض ، ولكنها جاءت بعد قراءة معمقة ومستفيضة لكثير من الدراسات والأبحاث التي غصت بها مكنتبات الجامعات ومراكز البحوث العلمية المحلية والعربية ، والتي تناولت بالدراسة الواقع العملي لهذه الوظيفة في كثير من مؤسسات المجتمع فجاءت نتائجها تؤكد الحقيقة أنفة المذكور .

بناء على ما سبق قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية تقييمية لدور العلاقات العامة في جمعية الدعوة الإسلامية العثمانية وفتحها بجمهورية (مأطا) ، وذلك للظروف الهاسة والخاصة بهذه الدراسة ، والتي يمكن إبرازها - من وجهة نظر الباحث - موجزة في النقاط الآتية :

- كانت الكتابات في مجالات الدين الإسلامي كثيرة ومتعددة ، ولكن هناك زاوية لم تكل حظها من الدراسة والتمحيص ألا وهي زاوية العلاقات العامة والاتصال بالناس .
- تتزامن هذه الدراسة مع الحملة الإعلامية المعروضة التي يشنها الغرب ضد الإسلام والمسلمين ، وتعد جمعية الدعوة الإسلامية من المنابر الإسلامية الدولية التي كانت ولا زالت لها جهودٌ جبارة في مجمل اندفاع عن الإسلام .
- استطاعت جمعية الدعوة الإسلامية العالمية أن تؤسس وتشارك في تأسيس العديد من المراكز الإسلامية المنتشرة في شتى أصقاع العالم ، مما أدى إلى تنوع الجمهور الذي تستهدفه وهذا بدوره يدعم انتشار الدعوة الإسلامية ، وذلك بتوطيد العلاقات مع المراكز الإسلامية التابعة للمنظمات الإسلامية الأخرى .
- أهمية العلاقات العامة في مثل هذا النوع من المنظمات خصوصا في الظروف الراهنة للأمة الإسلامية ، وذلك باستجلاء الصورة الصحيحة للإسلام .
- قرب مقر الجمعية (الرئيسي) كونها اتخذت من مدينة طرابلس بليبيا موطناً لها مما ساعد في تذليل الصعاب أمام الباحث لإجراء هذه الدراسة .

مشكلة الدراسة

أظهرت الدراسة الاستكشافية (الاستطلاعية) التي قام بها الباحث لمقر الجمعية أن هناك اهتماماً كبيراً بالجانب الاتصالي من قبل الأمانة العامة (الإدارة العليا) . وذلك عن طريق استخدامها للوسائل الاتصالية المختلفة في نشر الدعوة الإسلامية ، والتعرف على اتجاهات و آراء الجمهور ، الأمر الذي يساهم في بناء علاقات جيدة ، وكسب تأييد الرأي العام الذي يدعم مسيرة الجمعية .

ولكن بالرغم من هذا فقد اتضح للباحث أن هناك خللاً في نشاط العلاقات العامة سواء في المقر الرئيسي بلدياً أم بفرعها بما لا يتواءم مع دور الباحث للوقوف على جوانبه ، والتعرف على أسبابه ومحاولة علاجها . وقد تمثل هذا الخلل في مجموعة من المشكلات هي :

- تحجيم دور العلاقات العامة وعدم العمل على تطويره بما يتواءم مع مهام و أهداف جمعية الدعوة الإسلامية العائلية .
- إعطاء وظائف هامشية للعلاقات العامة وتقسيم وظائفها بين الإدارات الأخرى .
- وجود تناقض بين ما يجب أن تكون عليه العلاقات العامة كوظيفة متخصصة ، وبين ما هو كائن في مجال التطبيق .
- غياب الأسلوب العلمي في ممارسة نشاط العلاقات العامة سواء في البحوث ، أم في التخطيط ، أم في التقييم .
- عدم توظيف ملاك وظيفي متخصص في العلاقات العامة الأمر الذي ساعد على تدني مستوى الأعمال ، أو الخدمات الخاصة في بعض مجال عمل الجمعية .
- عدم المعرفة العلمية بالدور الذي يمكن أن تلعبه العلاقات العامة في مجال نشر الدعوة الإسلامية وتحسين صورة الإسلام في الغرب !! .

ولما كانت هذه المشكلات تشير أساساً إلى الجوانب التنظيمية والفنية للعلاقات العامة فإن هذا البحث يدرس هذه

المشاكل في إطار :

الجوانب التنظيمية والفنية لجهاز العلاقات العامة بجمعية الدعوة الإسلامية وفرعها بجمهورية مطاط ، وأساليب ممارستها ، وذلك بهدف التقييم الموضوعي لهذه الجوانب والأساليب المتبعة ، ومعرفة ما ينبغي أن يكون عليه نشاط العلاقات العامة .

ولما كانت العلاقات العامة ينبغي أن تبدأ من الداخل أي أن هناك تفاهماً متبادلاً بين المنظمة والعاملين ، إذ أنه ليس من الممكن أن تبدأ المنظمة بتحسين علاقاتها مع الجمهور الخارجي ، وعلاقاتها الداخلية ليست على ما يرام ، فقد قام الباحث بدراسة آراء واتجاهات العاملين في الجمعية (المتواجدين بالمقر الرئيسي بمدينة طرابلس) نحو نشاط العلاقات وسياسات الإدارة فيها ، والمشاكل التي تواجههم أثناء تأدية أعمالهم والخدمات التي توفرها لهم بهدف تقييمها وترشيدها في ضوء الأسس العلمية .

كما قام الباحث بدراسة آراء واتجاهات الجمهور الخارجي للعلاقات العامة المتكون من رواد (المركز الإسلامي مثلاً) - فرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية هناك - من المسلمين من مختلف الجنسيات والأصناف والمستويات

التعليمية، والثقافية، والاقتصادية، والاجتماعية، والمهنية حول السياسات الاتصالية للمركز، بهدف تقييم دور المركز في توطيد أواصر العلاقات بين الجماهير المسلمة وربطها بدينها وجمعها على كلمة سواء، بالإضافة إلى دوره في نشر الدعوة الإسلامية وتصحيح صورة الإسلام بين غير المسلمين في المجتمع المالطي. وعليه فقد تبلورت مشكلة الدراسة في العنوان التالي:

(تقييم دور العلاقات العامة في جمعية الدعوة الإسلامية العالمية وفرعها بجمهورية مالطا دراسة ميدانية).

(الدراسات السابقة):

رغم الأهمية الكبيرة للعلاقات العامة في المنظمات الإسلامية الدولية والدور الذي يمكن أن تلعبه في مجال نشر الدعوة الإسلامية، إلا أنه لم تقع بين يدي الباحث أي دراسة تناولت هذا الموضوع*، وقد يرجع السبب في ذلك إلى صعوبة الوصول إلى المقار الرئيسية لمثل هذا النوع من المنظمات، سواءً لبعده المسافة وتمركزها في دول إسلامية يتعذر الوصول إليها بالنسبة للباحثين غير المقيمين في نفس البلد الذي يتواجد فيه المقر الرئيسي للمنظمة، أو للقوانين التي تتبعها بعض هذه المنظمات مما يصعب من عملية القيام بإجراء البحوث عليها! . ولكن بالتأكيد لم تمنع ندرة الدراسات حول هذا الموضوع من العثور على بعض الأبحاث التي أفادت الباحث في إظهار هذه الدراسة على الوجه المطلوب، هذه الدراسات هي:

(الدراسة الأولى)⁽³⁰⁾ (عبده، 1983)

أصول العلاقات العامة في الدعوة الإسلامية دراسة تحليلية لأساليب ممارسة العلاقات العامة بالمفهوم العلمي الحديث في نشر الدعوة الإسلامية منذ بعثة الرسول ﷺ حتى وفاته.

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على الأصول العلمية للعلاقات العامة التي اتضحت من خلال مجموعة من المحاولات التي تضمنتها عملية نشر الدعوة الإسلامية في عهد النبي ﷺ، وقد قام الباحث بوضع وتحديد مجموعة من النقاط والعناصر التي نوى التعرف عليها من خلال هذه الدراسة وهي:

- مدى اشتمال آيات القرآن الكريم وجهود نشر الدعوة الإسلامية على يد الرسول ﷺ على مبادئ العلاقات العامة.
- مدى احتواء جهود نشر الدعوة الإسلامية على عمليات العلاقات العامة الفنية، ومدى الاستفادة من كافة هذه العمليات وإحداث التكامل بينها لخدمة هدف الدعوة. وهذه العمليات هي:

(البحث وجمع المعلومات، التخطيط لنشر الدعوة الإسلامية، الاتصال)

* ما لا يتطابق مع ما أُلغى إليه في معرض حديثنا عن الإصطناع بشكله تراستا في الصفحة رقم (5)، فقد كانت تلك دراسات كفاة - نشر وصفت بين أحيينا - قد تناولت واقع العلاقات العامة في مؤسسات لا ترتبط بشبكة هذه الدراسة، كالمؤسسات التعليمية، والصحية، والتنمية، والمالية... الخ. فكل زماناً لن تتشابه. وأثرنا عرض الدراسات التي تناولت الدعوة الإسلامية، والإعلام الإسلامي، والنشاط الدعوي إيماناً منا بأنها ذات صلة مباشرة بدعوى هذا البحث كما أنه لا توجد فروق عملية بين مفاهيم الفنون الاتصالية وإنما هي في عمومها فروق فلسفية، كما سيتضح لتفانٍ في ألعاب النظرى لهذه الدراسة والمتعلق بالحدوث حول العلاقات العامة والأشقة، الاتصالية الأخرى في الصفحة رقم (46).

استخدم الباحث منهج المسح التاريخي الذي يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات وأوصاف عن الظاهرة محل الدراسة ، وموضوع البحث في فترة زمنية معينة ، وقد تم الاعتماد من خلال هذا المنهج على عدة مصادر أساسية تتمثل في الوثائق والمراجع المتاحة عن موضوع البحث من كتابات ودراسات تضع بين يدي الباحث بيانات ومعلومات عن الظاهرة محل الدراسة .

أهم النتائج التي أسفرت عنها الدراسة .

• نتائج متعلقة ببيئة الدعوة الإسلامية

- إن البيئة العربية في الجاهلية بظروفها وأحوالها المعلومه كانت هي المناخ الذي شرعت الدعوة الإسلامية العمل فيه وإن الدعوة لم تلق بجماهيرها بمعزل عن هذه البيئة .

- إن الداعية محمد ﷺ أيقن قبل أنه ينهض بأعباء رسالته ، بفساد الكثير من أوضاع هذا المجتمع ، فنأى بنفسه عنها مع بعض من أصحاب العقول المستنيرة الذين تنبهوا لما أدركه النبي ﷺ . فلم يشاركوا بني قومهم في فعل الرذائل .

- على الرغم من أن البيئة العربية كانت قد وجدت كثير من الأوضاع الفاسدة إلا إنه لم تكن تخلو عن بعض جوانب الخير .

• نتائج تتعلق باستفادة الدعوة من البحث وجمع المعلومات في توجيه النشاط الخاص بنشر الدعوة ، وجهود الدعوة الإسلامية في مجال التعرف على اتجاهات الرأي العام بين الجماهير بصفة عامة وقادة الرأي بصفة خاصة .

- إن الدعوة الإسلامية قد إنتشرت بفعل الجهود المخلصة للنبي ﷺ ودعاته معتمدين في ذلك على الاستبصار بأهمية الأبحاث ، والوعي بأهميتها والمعرفة بالطرق والمصادر المتعددة للحصول على المعلومات .

- إن التلازم بين انتشار الدعوة الإسلامية وسيرها تدريجياً إلى غاياتها المرسومة لها ، وبين الوعي بأهمية البحث وجمع المعلومات قد جسده جهود عملية للنبي ﷺ ودعاته اتاحت الفهم الكامل والإدراك الواعي لكافة الظروف والأبعاد المحيطة بالدعوة . وكذلك المعرفة بالأراء والاتجاهات والخصائص النفسية للأفراد والجماعات .

• نتائج تتعلق بالتخطيط للدعوة الإسلامية :

- إن الدعوة الإسلامية اهتدت إلى التخطيط الدقيق الذي يلتقي مع المفاهيم العلمية الدقيقة للتخطيط .

- إن هذا التخطيط اشتمل على العناصر المحددة الدقيقة من أهداف واضحة يتم تحقيقها بين جماهير معلومة بخصائصها وسماتها باستخدام وسيلة اتصال ملائمة في توقيت مناسب .

• نتائج تتعلق بعملية الاتصال في الدعوة الإسلامية :

○ أهداف عملية الاتصال في الدعوة الإسلامية .

- تتعدد أهداف العملية الاتصالية في الدعوة الإسلامية بتعدد الجماهير التي كان للدعوة نوع من التخصص والاتصال بها .
- غلبت الصفة التأثيرية على بعض أهداف عملية الاتصال في الدعوة الإسلامية ، حيث كان القصد هو الإقناع بفكرة ، أو محاولة تغيير الرأي والسلوك توجية معينة ، ينعكس على إمكانية القيام بنشاط محاب للدعوة الإسلامية .
- بعض هذه الأهداف كان إعلامياً يهدف إلى الإخبار والتزويد بالمعلومات لتكوين رأي عام منكر لفكر الإسلام ومبادئه .

- اتسم بعض هذه الأهداف بالسمة الإعلامية (إعطاء حقائق ومعلومات) ، لمعالجة فهم خاطئ أو مقاومة لحملات الإرجاف والتشكيك التي كانت يمكن أن تحدث تفرقاً بين المسلمين .

- أخذ الاتصال الإسلامي في الدعوة طريقه إلى الجمهور المؤيد (معنقني فكرة الإسلام الذين حملوا على عاتقهم أمانة نقلها إلى غيرهم) وذلك بهدف إعادتهم وتهينتهم لأمر ستحدث مستقبلاً .

○ الجماهير المخاطبة برسالة الاتصال في الدعوة الإسلامية :

- تعدد أنواع الجماهير التي كانت هدفاً لعملية الاتصال في الدعوة الإسلامية .
- دراسة الجمهور وفهمه كانت اعتباراً هاماً قامت عليه الجهود الاتصالية في الدعوة الإسلامية ومن ثم تعددت طرق المخاطبة لكل جمهور على ضوء نتائج الدراسة .

○ وسائل الاتصال في الدعوة الإسلامية :

- الاستفادة الدعوة الإسلامية في نقل أفكارها إلى الجماهير المختلفة من كل الوسائل الاتصالية المتاحة في ذلك الوقت .
- وضع درجة من التنافس بين ضبيعة المرحلة التي تمر بها الدعوة واستخدام وسيلة اتصالية معينة .
- استخدام وسيلة الاتصال التي يفضل الجمهور مخاطبته بها ، كما حدث في مخاطبة الملوك بالدعوة الإسلامية عن طريق الكتب .

- الاستفادة من الجمع بين وسيلتين لاستغلال المزايا التي تتمتع بها كل وسيلة لتحقيق أقصى قدر من التأثير .

- الاستفادة من الاتصال غير لفظي في تأكيد المعنى كما حدث يوم الحديبية .

- استخدام الاتصال الشخصي عن يد قادة الرأي المؤيدين للدعوة الإسلامية .

- وجود نوع من التأثير للقائد على قائد غيره ثم للقادة على الجماهير .

○ رسالة الاتصال في الدعوة الإسلامية :

- تعددت خصائص وسمات رسالة الاتصال في الدعوة الإسلامية . ومرد هذا التعدد إلى اختلاف جماهير الدعوة .
- تلاققت رسالة الاتصال في الدعوة الإسلامية مع نتائج الدراسات العلمية الحديثة في مجال الاتصال ، ومخاطبة المتلقي بلغته ، ومراعاة ما يسمي بالميزة المشتركة بين المرسل والمتلقي .

○ النفاذ بالاتصال في الدعوة الإسلامية .

- الاستفادة الدعوة الإسلامية من كافة خصائص الدعاة القانمين بالاتصال .

- يتميز القائم بالاتصال في الدعوة الإسلامية بسمة أساسية مؤداها قيامه بالتطبيق الفعلي لفكرة الإسلام على ذاته قبل أن يطلب من الآخرين اتباعه. فالداعية في المجتمع ينجح بالحوار قبل المقال ، فكانت الأخلاق خير إعلام ودعاية عن الدين الجديد .

- إن رد فعل الجماهير اتجاه دعوتهم برسالات السماء أمر يعني أولئك الذين يبلغون رسالات الله فهم يترقبون رد فعل الناس على نحو يكون فيه هدايتهم .

- إن النبي ﷺ كان يحرص على معرفة مدى تطبيق المستجيبين للدعوة لفكرة الإسلام .

- كان النبي ﷺ يتتبع الجهود الاتصالية للدعاة كالقائمين بالاتصال ، فيوقف تصرف الداعية الذي لا يحقق نتائج إيجابية كما كان ينتهي على الداعية الناجح .

○ أخلاقيات الاتصال الإسلامي

- إن الاتصال الإسلامي تحكمه مجموعة من القواعد الأخلاقية التي لا تسمح للقائم بالاتصال بإيراد معلومات حسب هواه ، أو التعمد في إحداث تأثيرات على الجماهير لهوى ذاته ، أو يعمل على تشكيل الرأي العام على أساس معلومات خاطئة ومضللة .

- تتمثل هذه الأخلاقيات في احترام الجمهور ، وإمداؤه بالمعلومات ، وتقدير قيمة الرأي العام في السلم والحرب ، وإيجاد قنوات اتصال صاعد لكل جمهور .

- خداع الجماهير من خلال الاتصال بهم وتقديم معلومات خاطئة أمر لا يقدره الإسلام ، فالإسلام يحرم عرض الحقائق المبالغ فيها .

(الدراسة الثانية : (91) (تقبلو . ب ت)

وسائل الإعلام الحديثة وتأثيرها في حركة الدعوة الإسلامية .

يدور هذا البحث حول قضية مفادها : إن الإعلام الإسلامي امتلك منذ المراحل الأولى لظهوره نظريته الخاصة التي تصلح لكي تكون معياراً لنجاح النظريات الأخرى ، ويؤيد هذا الكلام الواقع العملي للنجاح الذي حققه الإعلام الإسلامي في مراحل الأولى رغم ضعف الإمكانيات وقلة الوسائل في تلك الفترة ، وكذلك فإن إضافة الإمكانيات التي وفرتها الوسائل الحديثة إلى الأصول الإسلامية في الإعلام تجعلها تتوقع الحصول على نتائج باهرة في مجال الهدف الأول للإعلام الإسلامي وهو الدعوة .

كما يجب التسليم منذ البداية أن الوسائل حيادية بطبيعتها ، فلا علاقة لها بما يقدم إلى الجمهور من خلالها ، فإذا ما تم التسليم بهذا فما هي الإمكانيات التي توفرها هذه الوسائل من أجل الاستفادة منها في سبيل تحقيق أهداف الإعلام الإسلامي ؟ وما هي أنسب الطرق وأنجعها في سبيل تسخير كل وسيلة من وسائل الإعلام الحديثة لكي تحقق هذه الأهداف ؟ وما هي الحلول النظرية والعملية المنسجمة مع النظرة الإسلامية لأبرز المشكلات التي تعترضنا في سبيل ذلك ؟ وما هي أبرز الدلالات التي وجدت في التجارب الإعلامية السابقة بشكل عام ، وفي التجارب الإسلامية على

وجه الخصوص والتي نستطيع الاعتماد عليها ، بعد دراستها من أجل الخروج بمنهج إعلامي يستفيد من هذه التجارب ويضيفها إلى أسس نظريته ٤ .

إن محاولة الإجابة على هذه الأسئلة أبرزت انبعاث التي أدت إلى تناول هذا الموضوع بالبحث والدراسة ، وهي في ذات الوقت تشكل أبرز ما حواه البحث من جديد .

أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة

- إن مراحل تطور الإعلام بشكل عام ، والإعلام الإسلامي بشكل خاص حافظت بالمؤشرات والدلالات الإعلامية التي تساهم - عند دراستها - في التعرف على فوائده وتنسجم مع أصول الإعلام الإسلامي وتستطيع أن تساهم في تحقيق أهدافه وفي خدمة وظائفه ، ومن وجهة نظر الباحث يجب الاتجاه نحو مزيد من التعمق في دراسة مراحل هذا التطور ، وخصوصاً المراحل الأولى لظهور الإعلام الإسلامي و إن التعرف إلى أصول هذا الإعلام التي ظهرت في تلك الفترة هي السبيل الأمثل لقيام إعلامنا المعاصر الذي نشده .
- إن افتقار مرحلة صدر الإسلام - بشكل نسبي - وتحقيقها لنجاح واضح في مجال الدعوة رغم ذلك ، فإن هذا الأمر يؤكد أن انجذاب وسائل الإعلام الحديثة ، وأصول الإعلام الإسلامي - التي ظهرت في تلك الفترة - سيؤدي إلى نتائج جيدة في مجال الدعوة الإسلامية .
- إن الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة في الدعوة الإسلامية لا يتناقض مع أصول الإعلام الإسلامي الذي يحرص على الاستفادة من جميع الوسائل المتشروعة سواء كانت قديمة أو حديثة .
- يجب على الإعلام الإسلامي أن يستفيد - قدر المستطاع - من الوسائل الإعلامية الحديثة ليحتملها ما يشاء من الرسائل والمضامين التي تحوي الفكر الإسلامي ، فهذه الوسائل من أفضل الطرق التي يعتمد عليها من أجل وصوله إلى غاياته وأهدافه .
- إن للإعلام الإسلامي أن يستفيد من الأساليب والفنون التي تستخدمها وسائل الإعلام الحديثة ، ولكنه يتبناها بضوابط عدم تناقضها مع أصول نظريته المنسجمة أصلاً مع المنطق السليم ومع الأخلاق الفاضلة ، وهذا يعني ضرورة تأمين مكونات التقنية والعلمية الإسلامية ، وضرورة توفير الإمكانيات والتجهيزات التقنية اللازمة التي تستطيع تحقيق ذلك .
- إن وسائل الإعلام الحديثة هي أهم الطرق - في الوقت الراهن - من أجل الانطلاق بالدعوة الإسلامية نحو شتى العالم .
- إن الإعلام الإسلامي يواجه عقاب وتحديات تفرض عليه مضاعفة جهوده لأنه يواجه مهمة مزدوجة تتمثل أولاً في التصدي للإعلام المضاد والتمعدي - وتتمثل الأخرى في قيامه بقسط ونفر من أعباء الدعوة الإسلامية ، وذلك يحتم عليه أن يستفيد من جميع الوسائل المتشروعة والمتاحة ، ووسائل الإعلام الحديثة أصبحت لغة العصر ، كما أصبحت معروفة الأهمية في مقدار تأثيرها على الجماهير ، ولذلك فلا بد من الاعتماد عليها من أجل بناء جديد للإعلام الإسلامي واعد .

الخطاب الدعوي المعاصر في المنظومة الإعلامية بين معطياته ومشكلاته

أماح اختيار الموضوع

بما أن العقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين المسيحي، شهدت ثورة هائلة في مجال المعلومات والاتصالات أدت إلى اختزال التاريخ، وتلاشي الجغرافيا، بتسهيل انسياب الأفكار التي يصعب مراقبتها والوصاية عليها. وأصبحت صناعة الإعلام إحدى أهم الصناعات التي تستثمر فيها أموال طائلة وتهدر من أجلها طاقات جبارة، ويفوق الدعم الحكومي لها في بعض البلاد الدعم الغذائي والصحي، كان لابد من دراسة مدى اندراج خطاب الدعوة الإسلامية في منظومته، باعتبارها أسرع فئدة لتميز رسالة الإسلام حديثاً، بحيث تصل الدراسة في النهاية إلى الأتي:

- تحديد المشكلات العامة التي تحول دون تحقيق اندراج سليم للدعوة الإسلامية في الخطاب الثقافي العالمي الذي ابتلى فيه الإسلام بتفنيب متعدد، في الوقت الذي أضحي فيه العهد القديم أحد أهم مصادره التاريخية حتى بين بعض المسلمين.

- عرض كمية الحضور النسبي لخطاب الدعوة المعاصر في وسائل الإعلام المسموعة، والمرئية، وشبكة المعلومات الدولية، وتقويم هذا الحضور نوعياً يكشف ملامح الأخطاء والسقطات الكامنة فيه.
- محاولة إضافة متواضعة إلى المكتبة العربية، تشخص بعض العطل التي يمكن أن تستفيد منها المؤسسات القائمة والنتيحات المتصاعدة، لأرب ما خلفته سنين الشتات والتزدي !!.

إشكالية البحث وحدوده

الحضور النسبي لخطاب الدعوة الإسلامية في المنظومة الإعلامية المعاصرة كما ونوعاً وما يكلفه من معوقات ذاتية وموضوعية، قد يؤثر سلباً على مسيرة الدعوة الإسلامية ومستقبلها، بالتركيز على الفترة التاريخية الممتدة من سبعينيات القرن المنصرم وحتى الآن، لدقتها وحساسيتها على المستوى الداخلي لتنامي وصعود نجم التيارات السياسية والفكرية المتصاعدة، وعلى المستوى الخارجي بولوج العلاقات الإسلامية الدولية مع الأديان والحضارات الأخرى مرحلة خطيرة من المد والجزر، أضحي بموجبها الإسلام دين عنف وإرهاب واضطهاد للمرأة في نظر الخطاب الثقافي الطاغى.

ويعني ذلك أن الدراسة تلامس أحد أكثر جوانب الإسلام تعقيداً والذي قد تمهد معالجته السبيل لرسم معالم المستقبل بخطى ثابتة.

استخدمت هذه الدراسة المنهج التكاملي وفقاً لطبيعة المادة المدروسة كالمنهج الوصفي التحليلي الذي كان التعويل عليه أكبر في عرض المعطيات الكمية ، ونقدها ، ونقويمها نوعياً ، إلى جانب المنهج الاستقرائي في حصر الاتجاهات الدعوية في الخطاب الإعلامي المعاصر ، وتصنيفها في مجموعات معينة تبعاً لأهمياتها ومقدار تناولها .

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة

- أزمة الخطاب الدعوى المعاصر يحسن فهمها في إطار أزمة التجديد في الفكر الإسلامي عموماً ، باعتباره الدائرة التي يتحرك في فئتها ، وتشكل مصدره الهام في التوجيه ، وهو اليوم - أي الخطاب الدعوى - يعاني من إشكالية المرجعية والمنهجية بالدرجة الأولى ، وما لم يتم التعاطي معهما بما يضمن لندوة انسياباً سليماً ، فإن النهوض بالخطاب نحو آفاق أرحب وأكثر التصاقاً بالإنسان وقضاياها ومشكلاته سيبقى حلماً بعيد المنال !! .
- الحضور النسبي للخطاب الدعوى في المنظومة الإعلامية المعاصرة : حيث أسفرت نتائج الدراسة حضور كمية محدودة من خطاب الدعوة الإسلامية متمثلة في البرامج الدينية المذاعة ، والكتابات الإسلامية الصحفية ... الخ .
- تهميش الإسلام وتشويهه في الإعلام المعاصر : حيث أسفرت الدراسة على أن الخطاب الإسلامي المعاصر محاصر بقضبان من الحديد من قبل إعلام متفق من جانب واحد ، يحتجز المعلومات كما وكيفا لصالح مشاريع ومعتقدات معينة ، مما يؤدي إلى تشويش الرأي العام البريء بحملة من البرامج والتصورات القاصرة عن الله والكون والإنسان !! .

(الدراسة الرابعة) ⁽⁹¹⁾ (نصور . ب ت)

الإعلام الإسلامي والعولمة دراسة وصفية تحليلية

شركة البعث ونروضة وأهرانه

تبرز إشكالية هذا البحث متمثلة في توافق واختلاف الخطاب الإعلامي الإسلامي وخطاب العولمة ، الإعلام الإسلامي معني بتقديم التصور الإسلامي للحياة الإنسانية بمختلف صورها ، وعلاقات الإنسان بأبعادها المختلفة ، أي علاقته بذاته ، وخالقه ، وأخيه الإنسان وما يحوي الكون من مخلوقات وموجودات .

وتنطلق هذه الدراسة من فرضيتين أساسيتين :

الأولى : إن العلاقة بين الإعلام الإسلامي والعولمة علاقة تأثير وتأثر متبادل .

الثانية : إنه للعولمة تأثيرات إيجابية وأخرى سلبية يترتب عنها موقف الرفض والقبول والتفعيل والمواجهة .

النظر في هذه الإشكالية وما يترتب عنها من قضايا هي أهم الأسباب التي دفعت الباحث لإجراء هذه الدراسة

بالإضافة إلى مجموعة من النوافع الموضوعية يمكن إجمالها في الآتي :

- صعوبة الدور الذي يمكن أن يؤديه الإعلام الإسلامي في ظل عصر العولمة إسلامياً وعالمياً .

- أهمية ظاهرة العولمة ، وما تمثله من تحديات وفرص تستوجب الدراسة لاتخاذ الموقف الصحيح والمناسب إزاءها .
- الحاجة إلى التأسيس النظري للإعلام الإسلامي بما يواكب مستجدات العصر .

أهداف الدراسة

- التعرف على كيفية توظيف الإعلام الإسلامي لعناصر العمئية الإعلامية . من أجل إنجاز وظائفه وتحقيق أهدافه .
- التعرف على القضايا والموضوعات ذات العلاقة بالعولمة ، التي يمكن للإعلام الإسلامي التصدي لها بالنقد والتحليل ، وبيان كيفية ذلك .
- الكشف عن العلاقة بين الإعلام والعولمة .
- التعرف على الدور الذي يمكن للإعلام الإسلامي القيام به في ظل تحديات العولمة ومستجداتها .

منهج الدراسة

استخدم في هذه الدراسة المنهج التكاملي (لمعالجة قضايا البحث) وذلك استجابة للمتطلبات الموضوعية لجزئيات البحث ، وإن غلب على الدراسة المنهجان الاستنباطي و الوصفي مع استخدام التحليل للوصول لبعض المفاهيم الجزئية .

أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة

- أهمية وصعوبة الدور الذي يؤديه الإعلام الإسلامي في ظل التحديات المعاصرة .
- خصوصية الإعلام الإسلامي التي تمنحها إياه مرجعيته الدينية الإلهية وتعطيه القدرة على صياغة خطاب إعلامي عالمي متميز قادر على استقطاب اهتمام الإنسان أينما كان ، وتلبية حاجاته الأساسية التي أغفلها إعلام العولمة نتيجة توافقه مع مرجعية علمانية .
- المسؤولية الأخلاقية تفرض على الإعلام الإسلامي اعتماد خطاب موضوعي تجاه ظاهرة العولمة .
- العولمة بوصفها ظاهرة تاريخية موضوعية لها الكثير من الإيجابيات التي يمكن أن تفيد الإنسان بغض النظر عن ثقافته وانتمائه .
- التحليل الموضوعي لظاهرة العولمة يوصل إلى أن السبب الرئيسي لانحراف العولمة عن توجهها العالمي الإنساني هو ارتباطها بالشروع الرأسمالي الغربي .
- نجاح بعض المؤسسات الإعلامية والدعوية رغم محدودية الإمكانيات يعطي المثل الحي للمؤسسات الإسلامية لتصحيح مسارها واعتماد إستراتيجية إعلامية واضحة لممارسة فعاليتها بدعم تلازم الفكر الإسلامي مع النظرة الإنسانية .

• كشفت الدراسة التطبيقية على اتجاه السياسة التحريرية لصحيفة الدعوة الإسلامية إلى تركيز اهتمامها على تغطية بعض الموضوعات المتصلة بنقد العولمة والإسلام والعولمة ، أكثر من موضوعات أخرى ، مثل صدام الحضارات والحوار في عصر العولمة ، وجاءت نسبتها كالتالي لمجموع المواد الصحفية موضوع الدراسة :

• - نقد العولمة 25 % - الإسلام والعولمة 24 %

• - نقد صدام الحضارات 14 % - الحوار في عصر العولمة 12 %

• دلت الدراسة على ارتفاع نسبة بعض الأشكال التحريرية المستخدمة في التغطية ، حيث حاز المقال على أعلى نسبة ، وأغفلت استخدام بعض الأشكال الأخرى ، حيث لم يتم رصد أسلوب الحملة الصحفية .

• أثبتت الدراسة أن للعولمة تأثيرات إيجابية وأخرى سلبية إذ ترتبط الأولى بالتقنية وتطور وسائل الاتصال ، وتتجسد الثانية في المجالات الثقافية والاجتماعية ، والاقتصادية ، والتأثيرات السلبية تفوق الإيجابية .

• كشفت الدراسة بأن العلاقة بين الإعلام الإسلامي والعولمة تتضمن بعض أوجه التوافق منها الدعوة إلى الانفتاح وتعزيز أواصر التواصل بين بني الإنسان غير أنهما يختلفان في الأسس الفكرية التي ينطلقان منها ، فالإعلام الإسلامي يعتمد المرجعية الإسلامية ، والعولمة تعتمد النظرية الرأسمالية وهذا يجعل الاختلاف بينها يصل في بعض الأحيان إلى التناقض .

• كذلك أن العلاقة بين الإعلام الإسلامي والعولمة فيها تأثير متبادل ، ولكن بدرجة متفاوتة بين الطرفين ، فإن الإسلام بفكره يملك مقومات التأثير في العولمة بدرجة عالية ، لما يتمتع به من عالمية ميدانه ، ولكن العالم الإسلامي من الوجهة الإجرائية ضعيف في بيئته العلمية ، والسياسية ، والاقتصادية مما يجعله المتأثر بالعولمة أكثر من تأثر العولمة به ، وتبقى للمجتمعات الإسلامية قوتها من حيث البيئة الاجتماعية ، فهي أقوى كيتاً و إن تختلف مدنياً عن الكيان المصدر للعولمة .

(الدراسة (تأمامة 50) (عبدالطيم ، 1990)

الإعلام عن الإسلام في غير ديار الإسلام

استهدفت هذه الدراسة تقييم النشاط الإعلامي والثقافي للمركز الإسلامي الثقافي بالعاصمة البريطانية لندن . وذلك لمعرفة دوره ، واستكشاف نواحي السلب والإيجاب في عمله ، لدعم الإيجابيات وتلافي السلبيات . وذلك بهدف تطويره ودفع عجلة النشاط والحياة به ، ليسهم في تحقيق أهدافه ، وأداء رسالته في التعريف بالإسلام ونشر دعوته ، وتصحيح المفاهيم الخاطئة في الدول التي تقام فيها هذه المراكز ليكون هذا المركز نموذجاً تغيره من المراكز ، والمؤسسات الدعوية .

وقد أجريت هذه الدراسة على المركز الإسلامي الواقع في قلب العاصمة البريطانية لندن على جمهور المترددين من مختلف الجنسيات ، والأعمال ، والمستويات التعليمية ، والثقافية ، والاقتصادية ، والاجتماعية ، والمهنية المختلفة لمدة شهر .

- حقق المركز الثقافي الإسلامي في لندن إنجازات لا بأس بها على الصعيدين الإعلامي والثقافي بصفة عامة والديني بصفة خاصة على الساحة البريطانية والتولية .
 - استطاع المركز أن يسهم بصورة فعالة في حقن الدعوة والإعلام الإسلامي مما يصعب على وسائل الاتصال الجماهيري أن تحققه .
 - استطاع المركز أن يجعل له مكانة في المجتمع البريطاني حيث أصبح له دور إيجابي لدى قطاعات كبيرة من الجماهير المسلمة وغير المسلمة .
- تلك هي بعض الدراسات التي تمكن الباحث من الحصول عليها ، محاولاً عن خلالها أو من خلال عرضها الاقتراب من موضوع البحث والتي وجد أنها ذات فائدة .
- وقدم تم الاستفادة منها في تغطية بعض جوانب الرسالة مثل مناقشة النتائج التي تم الوصول إليها من خلال الدراسة الميدانية ، كما تم الاستفادة منها في وضع بعض تساؤلات وأهداف هذه الدراسة .

تساؤلات الدراسة

من خلال تحديد مشكلة الدراسة وكذلك من خلال الاطلاع على نتائج بعض الدراسات السابقة ، استطاع الباحث أن يضع مجموعة من التساؤلات تم تقسيمها إلى أربع فئات :

الفئة الأولى :

- وتتضمن مجموعة من التساؤلات تم الإجابة عليها من خلال الإطار النظري للدراسة .
- ما أساسيات العلاقات العامة الحديثة و مفهومها ؟
- ما أساسيات العلاقات العامة الإسلامية و مفهومها ؟
- ما الفواصل بين العلاقات العامة والأنشطة الاتصالية الأخرى ؟
- ما أساسيات وأهداف ووظائف إدارة العلاقات العامة وما العوامل المؤثرة فيها ؟
- ما ماهية مفهوم جمهور العلاقات وما أقسامه وما استراتيجيات وتكتيكات الاتصال به ؟
- كيف تكون العلاقات العامة الإسلامية دعوة إلى التعرف الإنساني ؟
- ما دواعي قيام التنظيم الإسلامي الدولي ؟
- ما أهداف التنظيم الإسلامي الدولي ؟
- ما المقصود بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية ؟
- كيف نشأت جمعية الدعوة الإسلامية العالمية وما أهدافها ؟
- ما الهيكل التنظيمي لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية ؟

- ما المقصود بفرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية (بجمهورية مالطا)؟
- متى تأسس هذا الفرع أو (المركز) وما أهدافه ؟
- ما الهيكل التنظيمي لفرع الجمعية بمالطا ؟

الغنة الثانية :

- وتتضمن مجموعة من التساؤلات تدور حول جهاز العلاقات العامة في الجمعية وفرعها بجمهورية مالطا (المركز الإسلامي) ، والتي تم الإجابة عليها من خلال الدراسة الميدانية لكلا الجهازين وهي :
- التنظيم الإداري لنشاط العلاقات العامة وذلك من حيث :
- مفهوم و أهداف العلاقات العامة والاختصاصات والوظائف الرئيسية التي تقوم بها ؟
- تنظيم جهاز العلاقات العامة وذلك من حيث التسمية الوظيفية والمستوى الإداري والتبعية الإدارية والهيكل التنظيمي ؟
- أساليب ممارسة نشاط العلاقات العامة :
- ما مدى اعتماد جهاز العلاقات العامة (في المقر والفرع) على استخدام البحوث في ممارسة نشاطه ونوعية هذه البحوث ، والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها باستخدام هذه البحوث ، وهل يتم الاستعانة بنتائجها عند تخطيط أنشطة العلاقات العامة ؟
- ما مدى اتجاه جهاز العلاقات العامة إلى وضع خطط لنشاطه والى المدى الزمني للتخطيط ، ومدى تدخل الأجهزة الأخرى في التخطيط والمشاركة بين مكاتب الجمعية في وضع خطة موحدة لنشاط العلاقات العامة ؟
- ما الأسس التي تؤخذ في الاعتبار عند وضع الميزانية الخاصة بالعلاقات العامة ، ومدى كفاية المخصصات المالية لتحقيق برامجها المرسومة ؟
- طرق ممارسة وظيفة الإتصال باعتبارها الوظيفة الأساس للعلاقات العامة ، وذلك من حيث استخدام الوسائل الاتصالية المختلفة ، والأهمية النسبية لوسائل الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي ؟
- تقييم نشاط العلاقات العامة والطرق المتبعة في التقييم ؟

الغنة الثالثة :

- تمثل آراء واتجاهات العاملين (الجمهور الداخلي) بالمقر الرئيسي لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية(بطرابلس) بالنسبة للأمور التالية ، وقد تم الإجابة عليها من خلال الدراسة الميدانية للجمهور الداخلي:
- ما انطباع العاملين عن وظيفة العلاقات العامة في ضوء الواقع الفعلي لها في الجمعية ؟
- ما مدى ارتباط وظائف العاملين بوظيفة العلاقات العامة داخل الجمعية ؟
- ما الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة لهؤلاء العاملين ؟
- وما وسائل الاتصال التي تستخدمها معهم ؟
- هل تواجه العاملين أي مشاكل أثناء تأدية عملهم داخل الجمعية وما هذه المشاكل ؟

• درجة رضا العُمّيين عن أعمالهم ودرجة تمسكهم بالعمل في الجمعية ؟

الفئة الرابعة :

وتتضمن تساؤلات تدور حول آراء و اتجاهات انجُمهور الخارجي للعلاقات انعمة عن النشاط الاتصالي لفرع الجمعية في مالط (المركز الإسلامي) والمتمثل في :

جمهور المترددين من مختلف الجنسيات، والأعمش، والمستويات التعليمية، والثقافية، والاقتصادية، والاجتماعية، والمهنية المختلفة على المركز الإسلامي ، وقد تم الإجابة على هذه التساؤلات من خلال الدراسة الميدانية لهذا الجمهور وهي :

• هل حقق المركز الإسلامي الأهداف التي أسس من أجلها ؟ وما مدى تعرض الجماهير المسلمة وغير المسلمة ، الكبيرة والصغيرة ، المتعصبة وغير المتعصبة ، الذكور والإناث لنشاط المركز ؟

• ما معدلات هذا التعرض ؟ وما الأغراض التي تستهدفها الشرائح الجماهيرية من وراء هذا التعرض ؟ وما مدى الاستفادة الفعلية من وراء التعرض ؟

• ما رأى الجماهير في الأنشطة المختلفة التي يضطلع بها المركز سلباً وإيجاباً ؟

• وهل استطاع المركز أن يكون له جمهوراً مسلماً يتردد عليه ، ويستفيد من خدماته ؟

• ما مكانة المركز في المجتمع المالطي ؟

• ما مدى استفادة غير المسلمين من أنشطة المركز ؟

• ما المدى الذي استطاع أن يحققه المركز لنشر الدعوة الإسلامية وإقناع غير المسلمين بشمول الإسلام ؟

• ما الوسائل الإعلامية التي يستعين بها المركز لتقديم صورة محببة عن الإسلام إلى غير المسلمين ؟

• وهل استطاع هؤلاء العاملون في المركز القيام بهذا دور المنوط بهم وتحمل هذه المسؤولية ؟

• ما المجالات التي يمكن أن يضيفها المركز إلى نشاطه لزيادة فاعليته وتمكينه من تحقيق أغراضه ؟

• هل استطاع المركز تلبية الاحتياجات التي تنشدها الجماهير المسلمة وغير المسلمة من وراء إنشائه ؟

• وما المقترحات التي تراها الجماهير ضرورية لتطوير أنشطته ، ودفع عملية العمل الإعلامي به ليكون مركز إشعاع مؤثراً وفعالاً في حقل الدعوة الإسلامية ؟

أهداف الدراسة

بناء على ما سبق يمكن تحديد أهداف هذه الدراسة حسب التقسيم الآتي :

أهداف تتعلق بدراسة جهازي العلاقات العامة

• إجراء مسح لجهازي العلاقات العامة للتعرف على أهدافهما والشكل التنظيمي والاستيب المتبعة في البحوث والنخطيط والاتصال والتقييم .

• معالجة المشكلات التنظيمية والإدارية لجهاز العلاقات العامة في الجمعية ، والفرع .

• التعرف على المشاكل التي تواجه جهاز العلاقات العامة وتحليلها واقتراح الحلول المناسبة وأساليب تطوير هذين الجهازين .

• إبراز أهمية نشاط العلاقات العامة في مثل هذا النوع من المنظمات .

أهداف تتعلق بأراء (الجمهور الداخلي) للعلاقات العامة من العاملين بالمقر الرئيسي للجمعية

• معرفة اتجاهات الرأي العام للعاملين بالجمعية نحو وظيفة العلاقات العامة حسب الواقع العملي لها .

• التعرف على المشاكل التي تواجه العاملين في عملهم بالجمعية .

• التعرف على مدى رضا العاملين عن عملهم بالجمعية .

أهداف تتعلق باستقرار الرأي العام للجمهور الخارجي للعلاقات العامة من رواد (المركز الإسلامي مالطا)

بين المسلمين،

• محاولة استكشاف دور المركز في ربط الجماهير المسلمة بدينها وجمعيتها على كلمة سواء بغض النظر عن جنسيتها

ومذاهبها ، وألوانها، ومستوياتها الاقتصادية، أو التعليمية، أو الاجتماعية وذلك من خلال اضطلاعها بالمهام الأتية :

- التنسيق بين المراكز والمنظمات الإسلامية الأخرى في أوروبا ، حتى لا تتحول إلى ذرات متناثرة ومشتتة تعمل كل

واحدة منها بطريقة الخاصة دون علاقة تربطها ودون أن يجمعها هدف .

- تثقيف الجماهير المسلمة من خلال الرسائل الإعلامية المتأخرة كالمخطب والندوات والمحاضرات واللقاءات الثقافية

المختلفة والكتب والنشرات وغير ذلك من الوسائل السمعية والبصرية والمقروءة التي يصدرها المركز أو يستعين

بها .

- مساعدة الفقراء المحتاجين والمرضى من المسلمين وتقديم العون لهم . ومد يد المساعدة لكل من يتعرض منهم

لموقف أو ظروف لا تحتملها طاقته .

- ترقية التراث الإسلامي من الأخطاء . وتعريف الجماهير المسلمة بأصول دينها الصحيحة .

- تقييد الفتاوى الإسلامية في مختلف انفضايا النوعية التي تعترض حياة المسلمين في المهجر - لاسيما - أن الجماهير

المسلمة تواجه مشكلات خاصة تقف عاجزة عن معرفة رأي الدين منها . وهي مشكلات وقضايا تخص الناس في

المجتمع الغربي كقضايا الزواج ، و الطلاق ، والزكاة ، والتعامل مع البنوك ، واستثمار الأموال وغير ذلك .

- توعية أبناء المسلمين أصول الدين الإسلامي ، وقواعد اللغة العربية ، حتى لا تتصير الجماهير المسلمة وغرب في

هذا المجتمع وتخدعها مظاهر الحياة به . وتصبح جزءا من كيانه الديني والفكري فتتسي دينها ولغتها وتراثها ، فما

أكثر المسلمين الذين لا يعرفون العربية . ولا يعرفون عن الإسلام إلا الشيء اليسير الذي لا يؤهلهم للقيام بواجباتهم

الدينية على الوجه الأكمل .

- الاحتفال بالمناسبات الدينية المختلفة . كالأعياد الإسلامية ومولد الرسول (ﷺ) الخ

- إتاحة الفرصة لجميع المسلمين وتحقيق لقاء بينهم في المركز لأداء الصلوات المختلفة وقراءة القرآن الكريم وحضور لقاءات الجماعة الأخرى ، والمشاركة في الأفراح والأفراح ، التي نكتنف حياة المسلمين ولا يجنون إلا المركز حصناً لهم يجمعهم في مناخ إسلامي صادق .

- تأهيل الجماهير المسلمة ليكونوا دعاة الله بين غير المسلمين لتحقيق قوله تعالى ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ وَسَبْحَانَ اللَّهِ وَمَا آذَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴾ (سورة يوسف : الآية 107).

بين غير المسلمين،

- التعرف على دور المركز في نشر الإسلام بين الجماهير غير المسلمة ، تلك الجماهير التي تضم مختلف العقائد والأديان المختلفة .
- التعرف على نوره في تصحيح المفاهيم الخاطئة عن الإسلام وتقديم الحقائق الصادقة ، وتوضيح الصورة الصحيحة للإسلام في أذهان غير المسلمين ، والتي قد تشوهها الحملات المعادية لهذا الدين - وما أكثرها اليوم - أو الفهم المتبسر والمشوه لمبادئه وأصوله .
- التعرف على دور المركز في إعداد الخطط وتوظيف وسائل الاتصال الجماهيري بالشكل الأمثل ، و الاستعانة بقدرتها وتأثيرها الضاغي على الجماهير ، حتى يصل صوت الإسلام إلى أكبر عدد ممكن من الناس .

أهمية الدراسة

- تستقي هذه الدراسة أهميتها من كونها تهدف إلى تقييم دور العلاقات العامة في هيئة إسلامية عالمية ، ولذا يمكن حصر هذه لأهمية في النقاط الآتية .
- تعتبر من دراسات النادرة - على حسب علم الباحث - التي تهتم بالعلاقات العامة في المنظمات الإسلامية الدولية ، وهي محاولة للاستفادة من هذا العلم في مثل هذا النوع من المنظمات .
 - أجريت هذه الدراسة حول منظمة إسلامية دولية تقوم بتور فعال في نشر الدعوة إلى الله ، والتصدي للتحولات الدعائية المفرضة .
 - التأكيد على دور العلاقات العامة لا سيما في الوقت الراهن الذي يتعرض فيه الإسلام لهجمات دعائية من القوى الغربية وثقت لاستجلاء صورته في العالم .
 - وتكمن أهمية هذه الدراسة أيضاً في أنها محاولة للمزج بين فلسفة وأصول العلاقات العامة الإسلامية المستمدة من الوحي القرآني الخالد والسنة الشريفة ، وبين فلسفة العلاقات العامة الحديثة المعتمدة أساساً على ما أفرزته العقول البشرية من قوانين ونظريات ، وذلك للوصول إلى نموذج عصري لعلاقات عامة عالمية إنسانية تسمو فوق الماديات، وتستلكر أباطين العصبية ومفاخر العنصرية ، وتعترف بفضل واحد منفق عليه في كل أرض وبين كل عشيرة أندمية وهو فضل الإحسان في العمل واجتناب الإساءة ﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴾ (سورة الحجرات : الآية 13) .

بعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقييم خصائص ظاهرة معينة أو موقف تغلب عليه صفة التحديد ، ولا يقتصر هذا النوع من البحوث على حد جمع البيانات ، وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق ، واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها ، تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف ، أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها. (35) (حسين ، 1976 : 123) .

منهج الدراسة

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التاريخي ، وفيما يلي توضيح لكيفية استخدام هذه المناهج
للمنهج الوصفي :

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي من خلال الدراسات المسحية ، والتي تعتبر من أبرز المناهج التي تستخدم في مثل هذه الدراسات ، حيث استخدم أسلوبين من أساليب المسح هما :

• أسلوب مسح الرأي العام :-

وقد استخدم هذا الأسلوب مع كل من :

- الجمهور الداخلي للعلاقات العامة العاملين بالمقر الرئيسي لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية بطرابلس- لتتعرف على آرائهم نحو وظيفة العلاقات العامة ، وكذلك التعرف على المشاكل التي تواجههم أثناء عملهم بالجمعية ، ومدى رضاهم عن العمل بهذه المنظمة، وقد تم ذلك عن طريق صحيفة استبيان وجهت إليهم مباشرة .
- الجمهور الخارجي للعلاقات العامة - رواد المركز الإسلامي مالطا ، فرع الجمعية هناك - لتتعرف على السياسات الاتصالية للمركز وتورده في ربط الجماهير المسلمة بشيئنا وجمعها على كلمة سواء ، والتعرف على دوره في تصحيح صورة الإسلام في مالطا . وقد تم ذلك أيضاً عن طريق صحيفة استبيان وجهت إلى هذا الجمهور مباشرة .

• أسلوب مسح أساليب الممارسة :

وبالتالي فإن الباحث استخدم أسلوب مسح أساليب الممارسة على جهزي العلاقات العامة بالمقر الرئيسي لجمعية بطرابلس وفرعها بجمهورية مالطا (المركز الإسلامي) ، وذلك عن طريق صحيفة استبيان (المقابلة) وجهت إلى المسؤولين عن نشاط العلاقات العامة .

المنهج التاريخي

تم الاعتماد على هذا المنهج في تغطية الجوانب النظرية المختصة بالعلاقات العامة من جهة ، وبالتنظيم الإسلامي الدولي ، وجمعية الدعوة الإسلامية العالمية من جهة أخرى .

يتكون مجتمع الدراسة من ثلاثة مستويات هي :

- المستوى الأول (مسؤولو العلاقات العامة) ويتكون من المسؤولين عن العلاقات العامة في كل من : الإدارة العامة للجمعية بالمقر الرئيسي بمدينة طرابلس ، وإدارة فرع الجمعية بجمهورية مالطا (المركز الإسلامي عددهم اثنان .
- المستوى الثاني (الجمهور الداخلي) ويتكون من كافة العاملين في المكاتب الإدارية التالية :

مكتب البحوث والإعلام والنشر	15 عاملا
مكتب الشؤون العامة	8 عاملين
مكتب الدعوة والمراكز الإسلامية	5 عاملين
مكتب المؤتمرات والهيئات الدولية والإغاثة	7 عاملين

وقد تم التركيز في هذه الدراسة على هذه المكاتب ، نظرا لأن النشاط الاتصالي للجمعية منطاب بها . وعليه فقد تم استثناء باقي المكاتب الإدارية الأخرى .

- المستوى الثالث (الجمهور الخارجي) : يتكون من جمهور المترددين على المركز الإسلامي مالطا من كافة الجنسيات ، والأعمال، والمستويات المختلفة (لمدة أسبوع) .

عينة الدراسة

قام الباحث باستخدام أسلوب الحصر الشامل مع كل من :

- مسؤولي العلاقات العامة : والذين لا يزيد عددهم عن شخصين بمعزل عند واحد في الإدارة العامة بالمقر الرئيسي ، وعدد واحد في الفرع (بجمهورية مالطا) .
 - الجمهور الداخلي : حيث وصل عدد العاملين بالمكاتب الإدارية الأربعة 35 عاملا .
 - الجمهور الخارجي : المتكون من المترددين على المركز الإسلامي بمالطا فلم يجد الباحث هنا أفضل من العينة الزمنية لتحقيق أغراض الدراسة ، حيث تم تحديد الفترة من 2007 /10/25 مسيحي ، وحتى 2007/10/31 مسيحي وهي فترة زمنية استغرقت (أسبوعاً) .
- وقد أعطي كافة رواد المركز فرصاً متساوية لملء البيانات، فقد وزعت استمارات البحث على جميع هؤلاء الرواد المسلمين الذين يترددون على المركز في هذه الفترة ، وذلك بعد توضيح أهداف الدراسة . وقد بلغت الاستمارات الصحيحة والمستوفاة التي ملأها أصحابها وأكملوا بياناتها 72 استمارة من بين 100 استمارة .

- وصف عينة الجمهور الداخلي : تم التفاوضي عن الاستفهام المتعلق بالبيانات العامة حول المبحوثين .

ولذا لا يمكن هنا وصف عينة الجمهور الداخلي*

- وصف عينة الجمهور الخارجي :

جدول رقم (1) يوضح توزيع العينة حسب نوع الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
87.5	63	ذكر
12.5	9	أنثى
% 100	72	المجموع

من خلال الجدول رقم (1) يتضح بأنه

- بلغ عدد الذكور في عينة الدراسة (63) مبحوثاً بواقع (87.5 %) من جملة أفراد العينة . وبلغ مجموع الإناث منهم (9) بواقع (12.5 %) وبذلك يصل عدد المبحوثين الذكور والإناث (72) مبحوثاً .

جدول رقم (2) يوضح توزيع العينة حسب فئات العمر

النسبة	التكرار	السن
% 22.2	16	أقل من 20
% 19.4	14	من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة
% 29.2	21	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة
% 18.1	13	من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة
% 11.1	8	من 50 سنة فما فوق
%100	72	المجموع

بتوزيع عينة الدراسة على مختلف الفئات العمرية أنضح من خلال جدول رقم (2) ما يلي :

- بلغ عدد المبحوثين الذين تقل أعمارهم عن (20) عاماً (16) مبحوثاً ، بنسبة (22,2 %) من جملة أفراد العينة .

* تم إغفال هذا الاستفهام وذلك حسب وجهة نظر المشرف على هذه الرسالة ، والذي رأى أن هذه البيانات قد تسبب إرباكاً وإحراجاً على هذه الفئة من المبحوثين .

- بلغ عدد المبحوثين الذين تقع أعمارهم بين (20) إلى (30) عاما (14) مبحوثا بنسبة (19.4 %) من جملة أفراد العينة .
- بلغ عدد المبحوثين الذين تقع أعمارهم بين (30) إلى (40) عاما (21) مبحوثا بنسبة (29.2 %) من جملة أفراد العينة .
- بلغ عدد المبحوثين الذين تقع أعمارهم بين (40) إلى (50) عاما (13) مبحوثا ، بنسبة (18.1 %) من جملة أفراد العينة .
- بلغ عدد المبحوثين الذين تصل أعمارهم إلى (50) عاما فأكثر (8) مبحوثين ، بنسبة (11.1 %) من جملة أفراد العينة وبذلك يكون إجمالي المبحوثين في الفئات العمرية المختلفة في عينة الدراسة (72) مبحوثا بواقع (100 %) من جملة أفراد العينة الدراسة .

جدول رقم (3) يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
13,9 %	10	شهادة عليا
31.9 %	23	شهادة جامعية
26.4 %	19	شهادة ما دون الجامعية
27.8 %	20	أخرى نذكر
100 %	72	المجموع

بتوزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي اتضح من خلال جدول رقم (3) ما يلي :

- بلغ عدد الذين يحملون مؤهلات جامعية (23) مبحوثا بواقع (31.9%) من جملة أفراد العينة .
- بلغ عدد الذين يحملون شهادات ما دون الجامعية 19 مبحوثا بواقع (26.4 %) من جملة أفراد العينة .
- بلغ عدد الذين يحملون شهادات عليا (10) مبحوثين بواقع (13.9 %) من جملة أفراد العينة .
- بلغ عدد الذين يحملون شهادات أخرى (20) مبحوثا بواقع (27.8 %) من جملة أفراد العينة .

وتكشف لنا هذه الأرقام عن الحقائق التالية :

- التباين والتنوع في عينة الدراسة التي اشتملت على الذكور والإناث ، كما احتوت على مستويات تعليمية مختلفة ومتنوعة وكذلك فئات عمرية مختلفة ، وهذا يشير إلى أن هذه الدراسة قد حاولت تغطية فئات شتى من جميع المترددين على المركز .
- أن هذه الدراسة أتاحت الفرص المتكافئة للجميع لكي يساهموا بأرائهم ووجهات نظرهم في القضايا التي طرحها استمارة البحث ، مما يؤكد التمثيل الصادق لمجتمع البحث دون تحيز لفئة دون الأخرى ، وهو ما تقع فيه كثير من البحوث وما يحذر منه العلماء والباحثون .

- يلاحظ أن أكثر الفئات العمرية التي اشتملت عليها عينة الدراسة هي الفئة التي تجاوزت الثلاثين وهي الفئة التي تعيش فترة الشباب في هذا المجتمع، ثم تلي ذلك في الترتيب الذين تقل أعمارهم عن العشرين عاماً وما فوق . مما يؤكد أن العقيدة الإسلامية لا ترتبط فقط بالشيوخ والذين غربت حياتهم ، ولكنها عقيدة المسلم بغض النظر عن سنه ، رغم أن ترتيب الشيوخ قد جاء في أواخر ترتيب عينة الدراسة !! .
- أما المستويات التعليمية المختلفة ، فقد تبين أن النسبة الكبرى من أفراد العينة يحملون شهادات جامعية ، وهؤلاء بحكم إمكانياتهم وثقافتهم يمكن أن يقوم المركز بتركيبهم وتكليفهم بمهمة الدعوة .
- كما تدل هذه النسبة أيضاً على أن التعليم لا يضعف العقيدة لأن الإسلام دين علم وفكر .

أدوات الدراسة

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على استخدام الأدوات التالية :

- المكتبة : وهي تعتبر المصدر الأساسي والأول للمعلومات ، وخاصة فيما يتعلق بالجانب النظري للدراسة . حيث استطاع الباحث من خلال اطلاعه على الكتب والدوريات المتخصصة والدراسات السابقة تغطية الجانب النظري لهذه الدراسة ، كما أن الاطلاع على منهجيات البحوث السابقة كان له دور كبير في صياغة منهجية البحث بصورتها النهائية .
- شبكة المعلومات الدولية : تعد شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) من المصادر المهمة التي لجأ إليها الباحث في بعض الأحيان لتغطية بعض جوانب الدراسة .
- صحيفة الاستبيان : تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية للحصول على البيانات من مجتمع الدراسة ، وقد تم وضع الاستبيان من خلال أهداف وتساؤلات الدراسة ، وقد مر الاستبيان بمجموعة من المراحل :
 - الإطلاع على الدراسات السابقة وأنواع جمع البيانات فيها .
 - تجميع المادة العلمية المتعلقة بموضوع الدراسة .
 - وضع الإطار العام للاستبيان في محاور تتلاءم وأهداف الدراسة ، ومن ثم صياغة الأسئلة بشكل مبني .
 - عرض أسئلة الاستبيان في صورتها المبدئية على خبراء لاختبار صحتها * وكانت النتيجة :
 - إعادة ترتيب بعض الأسئلة وفق التسلسل المنطقي .
 - الزيادة في وضع البدائل لبعض الأسئلة .
 - الإجراءات الإدارية للاستبيان .

* تكونت لجنة تحكم صحت الاستبيان في كل من :

1/ - حمزة محمد الفطيسي ، عضو نقابة قسم الإعلام ، جامعة قاروتس والمضرب من هذه الرسالة .
 2/ - هادي الشوب ، عميد كلية الآداب جامعة ناصر الأممية .
 3/ - علي الربيعي ، أمين مدرسة الإعلام والفنون أكاديمية المواصلات الشيا .
 4/ - صراف المحجوب ، عضو نقابة كلية الفنون والإعلام جامعة القعقاع .

وتكمن هذه الإجراءات الإدارية في الرسائل الرسمية التي تتضمن الإذن من الكلية ، ويأتي هذا الأذن في صورة رسالة موجهة إلى جمعية الدعوة الإسلامية العالمية بطرابلس ، ولقد كان لهذه الرسائل الدور الأساسي في تسهيل عملية ملء الاستبيان .

- إجراء اختبار الثبات للاستبيان : أجري هذه الاختبار على عينة صغيرة غير عينة أندراسه وذلك للتأكد من عدة جوانب أهمها :

• ضمان مدى وضوح الأسئلة من الناحية اللغوية ، مع العلم أنه استثمار الجمهور الخارجي قد تم ترجمتها إلى اللغة الإنجليزية لإعطاء فرصة للمبحوثين الذين لا يجيدون اللغة العربية .

• ضمان أن تكون الأسئلة مفهومة المعنى .

• ضمان أن لا تحمل الأسئلة أكثر من معنى .

وقد تم اختبار الثبات باستخدام (طريقة الاختبار المنشطر) بدلا من طريقة إعادة الاختبار والتي تلزم الباحث مزيداً من الوقت والتكلفة المالية ، بالإضافة إلى انشغال المبحوثين بأداء أعمالهم الإدارية في الجمعية وعدم وجود الوقت الكافي لديهم للالتزام بتعاليم الباحث .

وعن طريق الاختبار المنشطر قام الباحث بتقسيم أسئلة الاستبيان إلى شطرين، وهو من الناحية النظرية كانه إعادة اختبار ولكن بطريقة أخرى ، أي على مرحلة واحدة وهو تقريبا نفس المنطق ، ويهدف إلى نفس الهدف وهو الإجابة على هذا السؤال :

إلى أي مدى يستطيع (الاختبار) الخروج بنفس النتيجة إذا استعملناه على مرحلتين ؟ وذلك سواء أكان باستخدامه مرتين، أو كتابته بشكلين (استثمارتين) ، أو بشرطه نصفين⁽⁷¹⁾ (الوفاي، 1989:110) .

وباختبار الثبات للاستبيان وحساب معامل الارتباط كانت نسبة الثبات لاستمارة الجمهور الداخلي (75%) . ونسبة الثبات لاستمارة الجمهور الخارجي (78%) وهي نسبة يمكن الاعتماد عليها في الدراسة .

- صياغة الاستبيان بصورته النهائية : من خلال المراحل السابقة التي مر بها الاستبيان استطاع الباحث أن يجمع كافة الملاحظات والمقترحات والآراء حول الاستبيان ومضمونه وشكله الخارجي وتقسيماته الداخلية بحيث خرج استبيان الجمهور الداخلي مكونا من ثمانية عشر سؤالا ، واستبيان الجمهور الخارجي مكونا من ثلاثة عشر سؤالا ، وبذلك تم اعتماد استمارتي الاستبيان المرفقة في الملاحق وصارتا أداتين من أدوات جمع المعلومات في هذه الدراسة .

• صحيفة الاستبيان (المقابلة) : استخدم الباحث صحيفة الاستبيان مع مسؤولي العلاقات العامة في كل من الإدارة العامة للجمعية بالمقر الرئيسي بمدينة طرابلس ، وفرعها بجمهورية مالطا . وتضمنت هذه الصحيفة مجموعة من الأسئلة تدور حول الأسس العلمية للعلاقات العامة ، حيث تم توزيع هذه الصحيفة على مجموعة من المختصين لاختبار صدقها .

وبما أنها مقابلة شخصية بحضور الباحث والمبحوث لم يكن هناك ضرورة لإجراء عملية اختبار الثبات ، وكذلك باعتبار أن عدد صحائف الاستبيان اثنان ، أي بمعدل صحيفة واحدة لكل من المقر الرئيسي والفرع . وقد قام الباحث بتطبيق جميع مراحل الاستبيان على هذه الصحيفة عند مرحلة اختبار الثبات .

كما قام الباحث باستخدام أسلوب المقابلة الشخصية* مع أمناء المكاتب الإدارية - التي تم اختيارها لإجراء الدراسة الميدانية حول العاملين فيها - حول طبيعة عمل هذه المكاتب ومدى ارتباطها بعمل العلاقات العامة ، وذلك للحصول على المعلومات التي لها دور كبير في التعرف على الجمهور الداخلي والخارجي .

كما قام الباحث بإجراء هذه المقابلات مع المسؤولين على المركز الإسلامي مالطا ودعايته ، وذلك للتعرف على نشاط العلاقات العامة للمركز ودوره في تصحيح صورة الإسلام في مالطا ونشر الدعوة الإسلامية .

• **الملاحظة :** تعد الملاحظة من الأدوات التي لا تقل عن غيرها أهمية في عملية جمع المعلومات والبيانات ، حيث أنها تتطلب الكثير من الوقت والجهد الذي يساعد في ملاحظة سير العمل داخل وخارج المنظمة . كما أنها تؤكد أحيانا بعض النتائج التي تحققها استمارة الاستبيان أو المقابلة الشخصية ، وبالتالي فقد ساعدت الملاحظة الباحث في تأكيد بعض النتائج التي توصلت إليها الدراسة .

مصادر الدراسة

المجال البشري : يتضمن المجال البشري جمهور البحث الذي تشملهم الدراسة ، وهو كافة العاملين في الإدارة العامة بالمقر الرئيسي لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية بمدينة طرابلس ، والموزعين على الكاتب الإدارية التالية :

• مكتب البحوث والإعلام والنشر .

• مكتب الشؤون العامة .

• مكتب المؤتمرات والهيئات الدولية والإغاثة .

• مكتب الدعوة والمركز الإسلامية .

بالإضافة إلى مسؤول العلاقات العامة .

كما يضم المجال البشري لهذه الدراسة جمهور المترددين من كافة الجنسيات ، والأعمال ، والمستويات المختلفة

على المركز الإسلامي مالطا . بالإضافة أيضاً إلى مسؤول العلاقات العامة بالمركز ، والأمين العام للمركز ودعايته

المكلفين رسمياً بمهام الدعوة الإسلامية ، ومديرة مدرسة مريم البتول التابعة للمركز .

* قدم الشكر بجزء من مقابلات مع كل من :

• الأستاذ إبراهيم علي الطوب (أمين مكتب المؤتمرات والهيئات الدولية والإغاثة) .

• الأستاذ محمد نصر الجهاني (أمين مكتب البحوث والإعلام والنشر) .

• الأستاذ عمر حريبة (أمين مكتب الدعوة والمرافق الإسلامية) .

• الأستاذ محمود روح (أمين مكتب الشؤون العامة) .

كما قدم الشكر بجزء من مقابلات مع كل من :

• الأستاذ وحدي منصور أمين فرع جمعية الدعوة الإسلامية جمهورية مالطا .

• الأستاذ محمد الصدي إمام وحظيب وداعية مسجد المركز الإسلامي .

• الأستاذ عبد الرحمن فروج داعية المركز المتخصص بالمجتمع المالطي أي لدعوة غير المسلمين من الشاطئين .

• الأستاذ أحمد اندم الدوري داعية المركز المتخصص بالمواطنين الأفرقة إلى مالطا .

• الأستاذة (ماري كاتيليري) خيرة مدرسة مريم البتول التابعة للمركز الإسلامي مالطا .

• الأضحة جي مقابلة مع الأستاذ أحمد الوزيدي رئيس قسم العلاقات العامة بجمعية الدعوة الإسلامية المثلية طرابلس .

• والأستاذ (قويرين شيليا) مسقط العلاقات العامة بالمركز الإسلامي مالطا (فرع جمعية الدعوة الإسلامية المثلية) .

المجال الجغرافي : يقصد به النطاق المكاني لإجراء الدراسة ويشمل في هذه الدراسة مدينة طرابلس والتي يوجد بها المقر الرئيسي لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، ومدينة باولا بجمهورية مالطا والتي يوجد بها المركز الإسلامي فرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية.

المجال الزمني : يقصد به الفترة الزمنية التي تم فيها إجراء الدراسة الميدانية والتي تتضمن توزيع الاستبيان وجمعه فيالنسبة لبدأية الدراسة الميدانية في المقر الرئيسي للجمعية بطرابلس كانت يوم 2007/8/10 مسيحي وانتهت يوم 2007/9/25 مسيحي ، أم بالنسبة لبدأية الدراسة الميدانية في فرع الجمعية بجمهورية مالطا المركز الإسلامي ، فكانت يوم 2007/10/25 مسيحي وانتهت يوم 2007/10/31 مسيحي .

أسلوب الدراسة

تم الاعتماد في هذه الدراسة على الأسلوبين الكمي ، والكيفي ، حيث استخدم أسلوب التكرارات والنسب المئوية في التعبير عن النتائج بصورة إحصائية ، ووفقاً لطريقة تغريغ البيانات من الاستمارة ، واستخدم الأسلوب الكيفي في معالجة المعلومات التي يتناولها موضوع الدراسة .

تعريف (لغاييم والمصطلحات الواردة في مشكلة الدراسة

• التقييم : "هو فحص منهجي للإجابة عن أسئلة معينة ، والحكم على القيمة الكلية لجهد مبذول لتحقيق غاية واستخلاص الدروس التي نفيذ في تحسين الإجراءات ، ووضع الخطط ، واتخاذ القرارات في المستقبل ، وتسمى عملية التقييم إلى تحديد الكفاءة والفاعلية ، والتأثير والإستدامة ، وأهمية العمل أو المشروع أو النشاط في تحقيق أهداف المنظمة" (98) (التلوي، 2006: 1) .

وهو الأداة التي يمكن استخدامها لإثبات فاعلية نشاط العلاقات العامة في جمعية الدعوة الإسلامية العالمية .

• الدور : (إجرائياً) هو الوظائف المناطة بالعلاقات العامة والتي تقوم بممارستها طبقاً لنشاطها المرسوم لها حسب الهيكلية الإدارية لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية .

• العلاقات العامة : تعرف بأنها : "أي جهد تبذله المؤسسة ، وأي قرار تتخذه ، وأي سياسة تتبناها ، وأي رسالة تصدرها أو تستقبلها ، ما دامت تستهدف تعزيز التفاهم بين المؤسسة وكل أو بعض جماهيرها " (101) (السمري ، 2004: 1) .

• دراسة ميدانية : يقصد بها دراسة الأسس العلمية [...] [العلاقات العامة] من حيث أهميتها وأهدافها وأساليبها ووسائلها من الناحية النظرية . ومطابقة ذلك مع مدى تطبيقه عملياً [في جمعية الدعوة الإسلامية العالمية وفرعها بجمهورية مالطا ، من خلال جهاز العلاقات العامة] بمعنى : (التطبيق العملي للمعرفة على دراسة الواقع) (70) (الهملي، 1988: 55) .

• العولمة : تعني العولمة في إحدى مفاهيمها العديدة أنها : هي " إحدى المصطلحات المحددة للوعي الاجتماعي في أواخر القرن العشرين ، وخلافاً للجغرافية الدولية فإن الفضاء الكوني عالم لا تشكل الحواجز الحدودية أمامه أي عائق يذكر ، وتقطع فيه انساقفة في زمن لا يكاد يذكر " (28) (حلم 2005 : 117)

• الليبرالية الغربية : ولدت عملياً داخل صراع الملكية البريطانية مع الشعب في القرنين السادس عشر والسابع عشر ، وولدت نظرياً على يد توماس هوبز وجون ستيورات مل وجون لوك منذ أكثر من قرنين ، وتقوم الليبرالية الغربية على الشك بأن علاقة الإنسان بالإنسان حقيقة أخلاقية أو قيمية ، فابتداءً منه تعارض الليبرالية كل امتداد لتأثير الإنسان في الإنسان الآخر ، فالإنسان ذات تحيا في رغباتها ، لا يداخلها مؤثر إلا هتكها ، وكون الرغبة ، أو الطبيعة، الحقيقة الوحيدة تلبية للرغبة لأنه ينفي وجود الحقيقة المعنوية أو القيمة التي هي وحدها قادرة على تطويع الحقيقة الطبيعية ، ولكن التناقض بين رغبات الإنسان وغيره يؤدي إلى القتل ، والقتل إنتهاء للذات الراغبة . لذلك نشأت الليبرالية ونشأت معها الدساتير ونظريات حقوق الإنسان ، درجات في تقييد الرعاة وشل تسلطهم على الرعايا . وإذا سألنا الليبرالية عن الجماعة . فالتت : الجماعة كالفرد تماماً ، لهما رغبات ، هي المصالح الاقتصادية ، والسياسية والعسكرية ، وهي (يابسة) أولية لا سبيل لإنكارها وهي وحدها طبيعية وحقيقية ، وإن تضاربت مع حقيقة يابسة لأمة أخرى ، كان لامناص من إكراه الواحدة للأخرى بالمفاوضة أو الحرب !! . (63) (ثانروي ، 1976 : 107)

• الإسلاموفوبيا (أو الخوف من الإسلام) (Islamo phobia) : مصطلح شاع في ثقافة الغرب ويعني الخوف من الإسلام وكراهية المسلمين ، وهو مصطلح تم وفق عملية نحتت (Xenophobia) أي الرهاب (على وزن فعال) أي الخوف من الأجانب أو كل ما هو غريب ، وتلك حالة مرضية ، تلبس الشخص عندما يخاف من الغريب و أصل كلمة فوبيا يوناني وقد كثر في العقود الأخير ، استخدام هذه اللفظة ، والإسلامو فوبيا نعت للمسلمين بالنعصب الديني ، وميلهم للعنف نحو غير المسلمين ، ورفضهم لكل ما هو مخالف للإسلام ، مثل : انمساواة ، والتمساح ، والديمقراطية ، وهي - أي الإسلاموفوبيا - شكل جديد من أشكال العنصرية !! .

• الصورة الذهنية : "هي النتائج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين ، أو نظام ما ، أو شعب أو جنس ، أو منشأة ، أو مؤسسة ، أو منظمة محلية ، أو دولية ، أو مهنية معينة ، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان . وتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة ، وترتبط هذه التجارب بمواقف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم ، وبغض النظر عن صحة ، أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها . (52) (عجوة ، 2003 : 10) .

العقبات التي واجهها الباحث

لقد أتى على الباحث حين من الدهر ظن فيه أنه لن يستطيع إنجاز هذه الدراسة ، نظراً للعقبات التي تكتنفها ، وقد

تمثل - فيما بعد - أهمها :

فيما يتعلق بالجانب النظري :

• حسامية تناول الموضوعات الدينية أو ذات الصبغة الدينية ، بالنسبة لغير المتخصصين فيها ، وخاصة عند محاولة الربط بينها وبين المفاهيم العصرية ، مما جعل الباحث يتوجس خيفة في كثير من الأحيان أن تدفعه حساسته إلى الزلل والخروج بنتائج مغلوطة عند عرض وتحليل المعلومات . ويحب الباحث أن ينوء في هذا السياق - إلى أنه إذا كان هناك ثمة أي تجاوز وقع فهو غير مقصود ، وإنما تأتي من نقص المادة العلمية لهذا الموضوع ، وعدم توافر الدراسات والمراجع العلمية الكافية جوله ، مما اضطر الباحث في بعض الأحيان إلى أن يرحز شريطة أن لا يتخطى هذا الإيجاز حد الضرورة ، وحد الضرورة هو أن يكون كافياً لتقرير النتائج التي يقبلها العقل ويرتضيها الضمير .

• بالإضافة إلى الحماس الزائد من جانب الباحث لإنجاز هذه الدراسة على أفضل صورة ، كما يؤكد الباحث كذلك أنه لا يدعى لنفسه العصمة ولا يلحق بعمله صفة الكمال فبته لله وحده ، وليس إلا أن يدعو الله قائلًا :
(رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا) (سورة البقرة : الآية 285) .

فما يتعلق بالجانب الميداني :

نم يكن الجانب الميداني لهذه الدراسة في صعوباته ومشاقه أيسر من الجانب النظري ، فقد رسمت الأحداث الميدانية لهذه الدراسة في روع الباحث صورة ملحة لا تريد أن تريم ، صورة ملئها العنت ، والجهد والسهر ، والكلفة والمشقة و عناء السفر !!
وقد تمتثلت هذه الصعوبات في :

• ارتفاع التكلفة المالية - بالنسبة للباحث - لإجراء هذه الدراسة ، فقد استغرقت فترة دراسة الجمهور الداخلي ، بالمقر الرئيسي للجمعية بمدينة طرابلس خمسة وأربعون يوماً تخللتها أيام شهر رمضان المبارك ، لاقى الباحث فيه العنت الشديد من إعراض بعض العاملين وامتناعهم عن تعبئة استمارات الإستبيان مما كلف الباحث وقتاً وجهداً مضاعفين ! .
• أضف إلى ذلك السفر الذي تطلبته الدراسة إلى جمهورية مالطا ، لزيارة المركز الإسلامي هناك وإجراء البحث حول المركز ورواده ، ولولا أن جمعية الدعوة الإسلامية العالمية تفضلت مشكورة بتحمل بعض من نفقات هذا السفر لما أمكن تهيئة الدراسة أن ترى النور !! .

ونقد كان هذا الأمر بفضل الله ، ثم فضل الأستاذ إبراهيم الربو ، أمين مكتب المؤتمرات والهيئات الدولية والإغاثة بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، الذي أعطى الباحث من وقته الكثير بأن قام بتسهيل كافة العراقيل لإجراء الدراسة الميدانية ، فله دره على هذا الكرم واثناضع ورفي الفكر ، فجزاه الله عني خير الجزاء .

الفصل الأول

تمهيد

العلاقات العامة بين الرؤية الحديثة والمنهج الإسلامي

- أساسيات العلاقات العامة ومفهومها
 - أساسيات العلاقات العامة الحديثة ومفهومها
 - أساسيات العلاقات العامة الإسلامية ومفهومها
- العلاقات العامة والأنشطة الاتصالية الأخرى
 - الفواصل بين العلاقات العامة والدعوة والإعلام
 - الفواصل بين العلاقات العامة والدعاية والإعلان والعلاقات الإنسانية
- تنظيم إدارة العلاقات العامة
 - أساسيات وأهداف ووظائف إدارة العلاقات العامة والعوامل المؤثرة فيها
 - ماهية جمهور العلاقات العامة وأقسامه وأساليب الاتصال به
 - العلاقات العامة الإسلامية والتعارف الإنساني

في هذا الفصل تم عرض الجنب النظري الأول لهذه الدراسة ، والتمثل في الحديث حول الأسس العلمية والنظرية للعلاقات العلمية حسب فروية الحنبئة والمنهج الإسلامي ، والتي على أساسها تم تقييم الواقع الفعلي للعلاقات العلمية في المنظمة قيد الدراسة . وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة محاور رئيسية للنقش هي :

الأول : أساسيات . - العلاقات العامة ومفهومها

حيث تم هنا - بشيء من الإيجاز - عرض وتحليل أساسيات ومفهوم العلاقات العلمية الحنبئة و الإسلامية ، مبحثين - قدر المستطاع - عن الأخطوة التي احتكرت نشأة وظهور العلاقات العامة لصالح الفكر الليبرالي الغربي !! .

أما المحور الثاني : فالخص بمحاولة لؤافة لنسب وسوء الفهم الذي يعترى مفهوم العلاقات العلمية - في كثير من الأحيان - خاصة للخط

بينها وبين مفاهيم الأنشطة الاتصالية الأخرى مثل : للدعوة ، والإعلام ، والدعاية ، والإعلان ، والعلاقات الإنسانية، وقد تم ذلك عن طريق توضيح الفواصل والفروق بين مفهوم العلاقات العلمية وهذه الأنشطة ولئن كانت - أي هذه الفروق والفاصل - في عمومها فروقا ففية وليست عملية كما سيتضح للقارئ من خلال صفحات هذا الفصل .

أما المحور الثالث لهذا الفصل:

فقد توفقت فيه تنظيم إدارة العلاقات العلمية من حيث الوظائف والأهداف والعوامل التي تؤثر فيها ، وكذلك ماهية الجمهور ، وأهمه واستراتيجيات وتكتيكات الاتصال به ، واختتم هذا الفصل بالحديث عن العلاقات العلمية الإسلامية ومنهجيتها في التعرف الإنساني .

أساسيات العلاقات العامة ومفهومها

تشعب فلسفة العلاقات العامة من الاتصال الإنساني الذي لازم التجمعات البشرية منذ العصور الغفيرة ، وتتطوي هذه الفلسفة على حقيقة أن الإنسان مجبور على التواصل مع بني جنسه لتحقيق رغبته واحتياجاته المادية والمعنوية فلا غنى للإنسان عن العلاقات والارتباطات بمعناها الواسع .

إذا خلق بنا أن نقول : أن العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية حتمية ، فإينما يوجد تجمع إنساني فلا بد من قيام علاقات بين أفراد سواء على المستوى الأسري أو على المستوى المحلي داخل إطار المجتمع الواحد ، وصولاً إلى المستوى الدولي بين المجتمعات والأمم . وإذا ما سلمنا بحتمية هذا التواصل والارتباط الاجتماعي بين البشر - فإني بفضي بضيعة الحل إلى التعاون والعمل من أجل الصالح العام - وجب علينا التسليم في ذات الوقت بحتمية الخلاف والتباعد - في بعض الأحيان - كنتيجة منطقية وضرورية عاجلة ثمة لهذا التواصل . ولا ينبغي - في هذا السياق - الحديث عن أسباب نفسية النزاعات والشواحر والخلافات بين الناس ، بقدر ما يهيئنا المنهج الذي يقوض هذه النزاعات ويفضي - بقدر المستطاع - إلى التفاهم والتقارب وإحلال التعارف والحوار ، بدلاً من الضمان والتناحر - لا سيما - في مجتمعنا الحديث الذي " نعمره التغيرات السريعة في نظم الحكم والسلسلة وضروب الحياة العامة ، والمخترعات العلمية التي غيرت وجه التاريخ والعلاقات الدولية والاجتماعية ، وما لم يتكيف الأفراد مع هذه النظم الجديدة والمخترعات الحديثة ، فإنهم يعيشون كالغرباء أو الضالين في بيتاً مجهولة " (9) (بمن. 1986: 19)

ولن يتأتى للإنسان هذا التوافق إلا بالمعرفة السليمة والفهم العميق لفلسفة العلاقات العامة إذ لا منووحة له عن السير في طريقها ، واتباع منهجها النظري والمكتسب (العلمي) في تقوية أواصر الإخوة الإنسانية وتحقيق مبدأ التعايش والتعرف .

وإن القول بعدم جواها وفاقليتها في كتب رضا الجمهور وتحقيق التوافق إتجاه تقضيا التي تهم المجتمع ، أو المنظمة تقبضة من نقائص اللفظ لا ستقيم في التعبير بله استقامتها في التفكير بلن يتأتى لنا تجاهها أو الإغضاء عن أهميتها ، إلا إذا تجاوزنا العيان و أعضينا عن المحسوس المائل لجميع الأذهان !

أساسيات العلاقات العامة (المرحلة ومفهومها

الأساسيات

في خضم المتغيرات الكثيرة والتغيرات السريعة في ماضى تطور فكري وجد التفكير في تطوير فن وعلم العلاقات العامة وتقنيته ودراسته أننا صاغية ، ولاقى ميولا بل رواجاً لدى الجماهير والمنظمات على اختلاف تخصصاتها . وتجر الإشارة هنا إلى أن التفكير في ممارسة العلاقات العامة على أسس علمية كان في معظمه ناجماً عن تفكير مادي بحث ، فقد ارتبط ظهورها في العصر الحديث - كعلم - بظهور المجتمع الصناعي .*

ولذا يمكن النظر إلى العلاقات العامة من ناحيتين : الأولى تكمن في فلسفتها النظرية القائمة أساساً على التوصل بالمعلومات والإقناع ، والتكيف لكسب التأييد العام لنشاط أو هدف أو حركة أو منظمة ما . أما الناحية الثانية : فتقوم على تحويل هذه الفلسفة إلى واقع عملي تطبيقي بواسطة خبراء مرتين على وضع الخطط الخاصة بنشاط العلاقات العامة . محتمين على المبادئ والنتائج التي توصلت إليها الدراسات الاجتماعية والنفسية ، والتي تقيد في زيادة التجانس والتوافق بين الأفراد والجماعات .

* يرى كثير من المتخصصين أن العلاقات العامة بدأ التفكير في مسرسة شغلها على أسس علمية في لوفال القرن التسوم : حيث أدى ظهور الثورة الصناعية في أوائل القرن التسوم عشر إلى تطور هائل في كوات الإنتاج وأساليبه . نتيجة لتطبيق مبادئ الإدارة العلمية ودراسات الوقت والحركة تمكن الشعب على مشكلة ندرة عوامل الإنتاج وظهورت صناعات الخسمة - التي اجتذبت آلاف العمال وعمالين المستهلكين فنشرت مشاكل في العلاقات بين أرباب العمل وعمال ذلك الصناع ، وسلبت هذا التطور تكوين نقابات للعمال للتفاد عن مصالحهم اتجاه الإدارة العليا ، وولدت الاضرابات من وقت لآخر احتجاجاً على سوء المعاملة حيث والمطالبة بتوفير ظروف عمل أفضل أحياناً أخرى وبرزت من ذلك ضغط الرأي العام لإنصاف العمال وتلبية مطالبهم ، ولهذا نوع التفكير في وجود هيئة تفضل بين العمال (الجمهور الداخلي) للشرح وجهة نظر المنظمة فيما يتعلق بمسئلتها وإجراءاتها ، ومن الناحية الأخرى أدى ظهور الإنتاج الكبير إلى تباعد المسافة بين المنتج والمستهلك والذي تدب إلى تزايد عند المصانع المنتجة بالمنظمة والمقلى أهمية وجود علاقات ضمة تؤدي في النهاية إلى إرضاء هذه المجموعات . لزيادة لتفهم في هذا الحثب نشر (43) محمد مرشد التمس . العلاقات العامة مفهوم وتطبيق (الإسكندرية : شامو للخدمة ، 1999 .)

فالتكيف علمٌ لسلي في العلاقات العلمية فناجحة ، وما لم يتكيف الجمهور مع اتجاهات المنظمة فن تسير الأمور على ما يرام ، وعادة ما ينتج عدم التكيف من الجمهور من عدم العلمة بمعلومات كافية عن المنظمة حيث تؤدي فيما بعد إلى نوع من الجهل والجمود والتحريف الذي لا يزال إلا بنقل المعلومات والإقناع. (21) (بيرنز ، 1967 : 15)

ونقل المعلومات أو التوصل بالمعلومات ليس بعملية بسيطة. فقد يتوهم البعض بأنها علمٌ من أصل الإعراب عن رأي أو ليراد حقيقة ، ولكن في الواقع هو أصعب من ذلك بكثير . فعلمية نقل المعلومات هذه ترمي إلى تحقيق غرض معين مستعينة على تلك الوسائل أشد تعقيدا ، فالأمر يستدعي البحث في كيفية التأثير في الجماهير ، والبحث في وسائل الاجتماع والفرد ، ومعالجة سيكولوجية الاتصال ونواحي الاجتماعية والسياسية لتراسل ولغة الاتصال وثقافته ونواحي الاقتصادية والإدارية له . أما الإقناع فهو المعيار الذي تسمى به العلاقات العلمية ، وهو جزء لا يتجزأ من نظام الحياة ، وهو يوجه علم ينشد حاجة اجتماعية كبرى ، وقد يكون من المثالية أن يتسنى لكل واحد منا تكوين رأيه الخاص به ، وذلك بالحكم على جميع الحقائق ذات العلاقة بالموضوع حكما موضوعيا ، ولكن ذلك أمر عسير بل جد عسير لأنه ليس بيننا من يعرف كل شيء عن كل شيء (21) (نصر مرجع سابق : 16-17).

ويسترشد الخبراء والمستقلون بالعلاقات العلمية في المجال العلمي بمجموعة من الأسس أو المراكز ، نسردها فيما يلي :

• كسب ثقة الجماهير : وذلك بأن أنشطة الهيئة لا يمكن أن تتجح إلا إذا فازت برضا جمهورها عليها ، ولا يكون هذا إلا بالصنق والأمانة والإخلاص والعزل والإنصاف ، وأن تتفق أصل المنظمة مع أقرانها ، فتحقيقة خير إعلان عن المؤسسات . وعلم لسلي ومُح في بناء شخصيتها .

• مساهمة الهيئة أو المنظمة في رفاهية المجتمع: فنيما كان الرأي السائد أن هدف أي مشروع ، أو منظمة هو تحقيق أكبر قدر من الكسب المادي ، ولكن يمكن القول أن هذه الصورة قد تغيرت - إلى حد ما - وأصبح يُنظر إلى أغلب هذه المشاريع والمنظمات بأنها تجلب رفاهية الفرد والمجتمع . وهذا مما اضطلعت به وظيفة العلاقات العلمية (31) (حجب ، 1992 : 46).

• تكريب الجماهير على المشاركة في المسؤوليات الاجتماعية : وذلك عن طريق تبصيرهم بإمكانيات المنظمة ، وجهودها والبعثات التي تصادفها ، وبالتالي فإن وظيفة العلاقات العلمية قد ظاهرة اجتماعية تحدد وتؤكد المسؤولية الاجتماعية للمنظمات نحو المجتمع الذي تتواجد فيه ، ومسؤولية الأفراد نحو هذه المنظمات .

• إن الأسس الجيد للعلاقات العلمية يتمثل في وجود إدارة واعية للمنظمة : لا يمكن للعلاقات العلمية أن تحل محل الإدارة الفعالة للمنظمة ، كما إنها وظيفة لا تمثل وصفاً سحرية أو تعويذة قادرة على حل جميع المشاكل ، فبعض المشاكل لا تستجيب لحلول العلاقات العلمية وحدها ، ومن هنا فلا يمكن بحال من الأحوال فصل حدود فعالية العلاقات العلمية وتأثيرها عن الأداء والتصرفات الفعلية لإدارة المنظمة. (7) (بريس ، 2005 : 21).

• إتباع الأسلوب العلمي : كذلك من الأسس الهامة في عمل العلاقات العلمية اليوم هو اتباع البحث العلمي في مواجهة مشكلاتها بدءاً من تحديد المشكلة ، وصولاً إلى التتبع والتوصيف ، وعليه فكما ابتدأ مملستها - أي العلاقات العلمية - عن هذا النهج كلوا عرضة لارتكاب مجموعة من الأخطاء التي لا يحسد عقابها .

• العلاقات العلمية تبدأ من الداخل : لن يكتب لأي منظمة كانت أن تتجح ما لم تكن علاقاتها الداخلية - أي بينها وبين الأفراد العاملين فيها - على ما يرام فليس من الممكن أن تبدأ المنظمة بتحسين علاقاتها مع الجمهور الخارجي إلا إذا أحسنت إلى الجمهور الداخلي .

• تعاون المنظمة مع المنظمات الأخرى : التعاون هو أحد الأسس الضرورية لنجاح المنظمة فلا يكفي أن تمارس هيئة نشاطها وتوطد علاقاتها بجماهيرها وتهمل تعاونها مع الهيئات الأخرى ، ومن هنا نشك الحاجة إلى تنظيم الاتصال بين الهيئات بعضها البعض للاتفاق على أسس التعاون بينها - لاسيما - في برامج العلاقات العلمية .

- اتباع الأسلوب الديمقراطي في العلاقات العلمية : إن الأخذ بهذا الأسس لا يندع مجالاً لسيطرة أقلية . فتسود بذلك روح مغنوية عبثية وتتاح الفرص لعرض المقترحات والابتكارات ولا يستطيع المدير أن يفرضوا سياساتهم الذاتية دون إشراك هيئة الإدارة والعاملين في تحمل المسؤولية. (34) (حلب، 1992: 47-48).

المفهوم

هناك اتفاق من الناحية النظرية بين معظم المشتغلين بالعلاقات العامة على أن مفهومها ينحصر في بناء صورة سلبية للجماهير عن منظماتهم ، وذلك عن طريق الأعمال الصليخة التي تقوم بها هذه المنظمات ، وحرصها على وجود اتصال متبادل ومستمر بينها وبين جماهيرها بحيث يمكن من خلاله الوصول إلى فتوافق والتفاهم المشترك بين المنظمات والجماهير . ولكن رغم هذا فالجدير بالذكر هنا أن العلاقات العامة الحديثة تشكر الكلمة من التعريفات ، واختلاف الرؤى حول مفهومها في الوقت الراهن ، وقد يرجع هذا إلى عدة أسباب منها :

- التطور السريع الذي يضراً على العلاقات العامة ، مما يسبب صعوبة وضع تعريف محدد لها يشملها في كافة مراحل تطورها .
- مراعاة الاختصار في التعبير قد ينجم عنه عدم الشمول والوضوح والتحديد .
- يعبر التعريف عن وجهة نظر صاحبه ، سواء كان فرداً أو جماعة أو هيئة أو تنظيماً معيناً ، وبالتالي لا يعبر عن وجهة نظر المختصين .
- صعوبة وضع تعريف بصفة عامة ، أي إن أي تعريف لظاهرة أو حلقة أو مهنة عملية من الصعب تحديدها بدقة وشمول ووضوح وتفرد و إيجاز. (34) (نص المرجع السابق: 30)

وفيما يلي مجموعة من التعريفات التي تناولت العلاقات العامة الحديثة من زوايا مختلفة:

يعرف بعض علماء الاتصال العلاقات العامة بأنها : العمل الذي يهدف إلى كسب ثقة الجمهور ، وتحسين صورة المنظمة في نظر المتعاملين معها ، وذلك لتحقيق هدف مادي أو معنوي .

وتعرف أيضاً بأنها : الفلسفة الاجتماعية للإدارة و التي يعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المختلفة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمه . وعرفياً آخرون بأنها : أي جهد تبذره المنظمة ، وأي قرار تتخذه ، وأي سياسة تتبناها ، وأي رسالة تصورها ، أو استقبالها ، ملائمت تستهدف تعزيز التفاهم بين المنظمة وكل أو بعض جماهيرها .

والعلاقات العامة في ضوء ما ظهر من التعريف الأخير هي : فلسفة إدارية إيمورية ذات طبيعة اتصالية مؤثرة. (101) (السلي، 2001: 1) كما تعرف العلاقات العامة أيضاً بأنها : العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات العامة على أسس من التعاون والمحبة والوعي .

ولعل من يدقق النظر في هذا التعريف يدرك أن علم العلاقات العامة يهتم بدراسة سلوك الأفراد والجماعات ، ودراسة العوامل التي تؤثر في هذا السلوك وتحكمه ، كما تهتم في الوقت نفسه بكشف عن الأسس والمبادئ التي تساعد على إقامة علاقات ودية سليمة بين فئات الشعب ومؤسسات المجتمع المختلفة ، وعلى خلق الانسجام بين الأفراد والمجتمعات .

كما تعرف أيضاً بأنها : العلم الذي يستند على أسس علم الاجتماع الإنساني ، ويسعى لتحسين العلاقات بين الناس لا في حياتهم الخاصة وإنما في حياتهم الجماعية (41) . (السلي، 1992: 95-96) .

أساسيات ومفهوم العلاقات العامة للإسلامية

الأساسيات

من الضمع الكثير القول بأن نشأة العلاقات العامة كان حكراً على الدول الغربية ، وحتى وإن كانت الثقافات العلمية والتطبيقية لهذا العلم قد جاءت إلى المكتبة العربية من تلك الدول مثل الولايات المتحدة وبريطانيا إلا أنه من الأرجح القول بأن كل ما شوهد وشاهد اليوم - في هذا

مضمحل - لا يسمح بهذه الوثيقة الطوبى والعريضة في التعميم والتقليل من قيمة تراث الأمم الأخرى . لاسيما الأمة الإسلامية ، فقد جاء الشرع الرباني بما يسمو بالفلس الإنسانية إلى مراتبها العليا ، وإن بين المنهجين الرباني والوضعي في عيادتين النفس لبونا جذ بعيد .
 وعليه يبدو أن كثيراً من المختصين في مجال الاتصال الإسلامي رأوا أن فلسفة العلاقات العامة الحديثة ، قائمة في أساسها على تغيير اتجاهات الجماهير وكسب رضاها وتأييدها للمنظمة ، أو غيرها من الجهات القائمة على دعم الجماهير لها ، وهي في أصلها فلسفة قائمة على أهداف مادية بحتة . أضف إلى ذلك أن للعلاقات العامة في أغلب ممارساتها في الغرب كانت مقصورة على المؤسسات والقطاعات في تعاملها مع الجماهير المختلفة .

أما الرؤية الإسلامية للعلاقات العامة ، فتختلف تمام الاختلاف عن الرؤية الحديثة ، حيث أنها بنيت بطريقة تتبا مع الطفل منذ نعومة أظفاره ، بل مع الأسرة منذ بدايات تكوينها ، فالإسلام قد بنى العلاقات العامة على العلاقات الخاصة ، فجعل منها نظاماً متيناً متمسكاً ، فيه يتعلم الفرد أسس العلاقات ومبادئها ، كالأمانة والإخلاص ، وحب الخير ، والشعور بمشاعر الآخرين ، والحرص على حسن السلوك ، فإذا ما نشأ الفرد وأصبح عضواً في المجتمع علم ماله وما عليه من حقوق وواجبات ، ولا يصعب عليه تنفيذ ذلك لأنه تعود عليها منذ صغره .

كما أن العلاقات العامة الإسلامية لم يقتصر عملها على الميادين السلمية والتجارية فقط - كعلاقة مؤسسة بجمهورها مثلاً - بل يمتد ليشمل جميع الجوانب والمجالات داخل المجتمع وخارجه فهو يشمل علاقة الأفراد بعضهم ببعض وعلاقتهم بالهيئات والمنظمات ومختلف طوائف المجتمع ، بل وحتى المجتمعات بعضها البعض (64) (كحل ، 1985 : 53-154) .

وقد تتضح الصورة أكثر عند المقارنة بين العلاقات العامة الحديثة والإسلامية ، وذلك من خلال :

• قصور نشاط العلاقات العامة الحديثة على الهيئات والمنظمات ذات التعامل المباشر مع الجماهير ، بهدف إرضائها ، ومن ثم تحقيق مكاسب مادية أو سلبية لبعض الأفراد ، فيما يتسع مجال نشاط العلاقات العامة الإسلامية ليكون لينف منه إنشاء العلاقات الودية والتقائمة على المحبة والتعاون بين البشر جميعاً ، بقصد تكوين مجتمع بشري متكامل متمسك متآلف ، أي أنها ذات نفع عام للبشر ، ولا يقتصر نشاطها على كسب مادي فقط .

• تعتمد العلاقات العامة بالمعنى الحديث على تقسيم الجوانب المشرفة لبعض الأشخاص أو المؤسسات أو الهيئات ، دون الجوانب الأخرى . في كثير من الأحيان - أما العلاقات العامة الإسلامية ، فتتعد أبعادها لتجمل حياة جميع الأفراد في المجتمع مشرفة دائماً ، وليس فيها مكان للجوانب غير المشرفة ، فهي لا تصطنع ذلك ولا تختلقه ، فإذا كان (يعني لي) * قد طلب من (روكفتر) إظهار التواضع للجمهور ، يلعب قنولف ومداعبة الأطفال ، والإنفاق في وجوه الخير والإحسان ، فإن الإسلام أمر فليس جميعاً بالتواضع دائماً ونياهم عن تكبر ، كما ينهى عن النذل في ذات الوقت قال : تعالي ﴿ وَلَا تَصْغُرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرْحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخَالٍ نُخُورٍ ﴾ (سورة لقمان ، الآية 18-19) . كما أمر النفس بالفخر والكرام والسخاء والوجود . بل فرض الزكاة على الأغنياء فرضاً يقول : تعالي ﴿ ن قَالُوا أَلرَّحْمَةُ حَتَّى نُنْفِقُوا بِمَا نُحِبُّونَ ﴾ (سورة آل عمران الآية 92) (83) (عبدالمعطي ، 1989 : 96-97) .

• كما أن العلاقات العامة الإسلامية أكثر أصالة وعمقا من الحديثة ، وذلك لأنها تبدأ بالعلاقات الخاصة وبناءها بناءً حسناً ، كما وضعت احتياجات الأمن لتبني الأسرة فحظت أحوال المولود والطلاق وأحوال المعلمات وتحريم الربا ، وغيرها من الأوامر والنواهي التي تشد بناء المجتمع .

* كل هذا أحد الميادين التي أرساها - أو العلاقات العامة الحديثة فهي لي " حين أخذ على عقته مهمة تغيير الصورة لاذمية السيئة التي تكثرت عن رجل الأصل الأمريكي " روكفتر " الذي كان هو رحمه أحد أخصائيي أمريكا في ذلك الوقت ، وكان أكثر تعرضاً لعمليات التفتيش والتهمة بالفساد ، إذ كان روكفتر سعيها في تبرعته للحمية التصويرية والتكتمس والتدريس والأضلاع المتحذرين ، ولكنه كان حذراً مع الصحفيين ولا يبهرى حصلات التفتيش التي توجه إليه فكتبت صحيفة إيفي لي له أن يتخفى عن غضبه وأن يحسن منتهى الصحفيين ويتردد إليهم ، كما أوضح الحبيب الإسلامي لروكفتر الذي لم يكن غريباً عليه ولكنه لم يكن مثلاً للجمهور . فكان هنا هو السيد الثاني الذي أرسنه " إيفي لي " وهو قوله لا يكفي أن يخدم الجمهور وإنما لابد أن يخدم الناس من بعض هذا الخير ، كما أن الصورة الإنسانية لأي فرد لا تسمح إلا بمشاركته الاجتماعية من حوله وتفتح " إيفي لي " في أن يخدم صور روكفتر . فكان أول ما فعله هو الانفاق مع أحد الصحفيين لانتقاط صورة لروكفتر وهو يلبس القنولف يتواضع ومرح ويتردد على الكنائس . (انظر على مجلة " العلاقات العامة والشعرة للذهنية " عالم الكتاب ، المذاعرة ، 2003 فـ)

• العلاقات العمة الحديثة يتم تعميمها لتتعد بعد كبره وتمشقين فقط ، أي الذين يعملون في المنظمات والفرسين لها ، والباحثين فيها ومن ثم تلقين الفرد هذه المبادئ والأصول ، حيث أنه لن يكون بمنأى عن التكف والمجاملة ، لأن هذه الخصال ليست من طبعه ، بل فرضت عليه فرضاً ويحد صعوبة في تطبيقها .⁽¹⁰⁷⁾ (كحل ، 2000 : 2) .

• إن العلاقات العمة في الإسلام تطلق من منطلقات أخلاقية ثابتة ، وأسس لها مبتكرات واضحة ، بينها القرآن الكريم ووضحها السنة النبوية الشريفة كما أن رجل العلاقات فعلة ليس حراً في إيراد معلومات كما يشاء ويهوى وليس له أن يعتمد إحداهن تفتير على قرآني العلم من أجل نشر دعوته وضيوعها على أسس معلومات خاطئة ، إنما يعتمد في نقله وتوصيله للرسالة الاتصالية على أخلاقيات إسلامية وأسس فنية⁽⁸⁹⁾ (عبدالموجود ، 1986 : 33) ولا ينتهي دور العلاقات العمة في الإسلام عند الأسرة والمجتمع الواحد ، بل ترتقي إلى أبعد من ذلك ، فتقوم العلاقات العمة الإسلامية لتولية على أساسيات يتم من خلالها تنظيم علاقة الأمة الإسلامية بغيرها من الأمم بل وبين المسلم وغيره من أفراد الشرائع الأخرى .

أساسيات العلاقات العمة للإسلامية الروحية

• الكرامة الإسلامية : وردت النصوص القرآنية الكثيرة لتؤكد هذا المعنى ، وذلك باعتبار الإنسان خليفة الله في هذه الأرض ، وإن الحق سبحانه وتعالى سخر له ما في الكون وجعله تحت سلطانه ، وهذا يدل دلالة واضحة على كرامة الإنسان منذ بداية الخلق . وقد صرح القرآن الكريم بهذا التكريم في آيات عدة منها ما جاء بصريح القلف في قوله : عز وجل ﴿ وَتَقَدَّرْنَا نَبِيَّكُمْ فِي الْأَرْضِ وَرَدَّ نَاهُمْ مِنْ الْكَلْبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلاً ﴾ (سورة الإسراء : الآية : 70)⁽⁴⁾ (الوزهرة ، بت : 19) .

فيينا الأسس المئين يحد الإسلام المسار الصحيح نحو بناء العلاقات السقيمة بين الإنسان وأخيه الإنسان .

• التعاون الإسلامي : وهو مبدأ علم في الإسلام في كل الجماعات الإنسانية ، كما قرره القرآن الكريم ، فقد جاء في سورة فمائدة لحث على التعاون المطلق على البر ، ومنع التعاون على الإثم والعنوان يقول : جل وعلا ﴿ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ﴾ . (سورة المئدة : الآية : 3) . فالتعاون قوام الأسرة ، وقوام الأمة كلها ، وقد جاءت النصوص الدينية الإسلامية تحث على التعاون داخل نطاق الإقليم الواحد في نطاق الإنسانية ، وقد دعا ﷺ بعمل وقول إلى التعاون في علاقات فنون بعضها ببعض ، فعنما نزل عليه السلام المدينة عقد مع اليهود حلفاً أسسه التعاون على البر وحماية الفضيلة ، ومنع الأذى ، كما كان عليه الصلاة والسلام يعقد المعاهدات مع القبائل العربية لإحياء التعاون الإنساني وإعلاء المعاني الإنسانية .⁽⁴⁾ (نفس المرجع السابق : 24) .

• العدالة : قلنت كذلك العلاقات في الإسلام على أسس من العدالة ، واعتبر فنون جميعاً سراسية . وقد صرح القرآن الكريم بأن أسس الأحكام الإسلامية المنظمة لعلاقات فنون جميعاً بعضهم البعض أفراداً وجماعات هو العدالة . فعدالة هي أول المبادئ التي أقرها الشرع الحنيف لحفظ الكيان البشري أنظر قوله تعالى ﴿ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا يَغْدِلُوا غَدِلُوا خَوْفُ الْقَوْمِ الْبَاقِي ﴾ (سورة المئدة : الآية : 9) وقال : أيضاً ﴿ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ وَالْإِحْسَانَ ﴾ (سورة شجر : الآية : 70) . إن العدل بكل ما فيه هو المقصد الاسمي للأئلين وقد ذكر القرآن الكريم أن العدل هو الأمر الذي أجمعت عليه فنون والنبيات السليقة ، فمرسل الرسل ، وإنزال الشرائع ، والأحكام المختلفة لقصده منه لولا و آخراً هو إقامة العدل بين الناس في هذه الأرض يقول : عز وجل ﴿ لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلًا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَلْزَمْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ ﴾ (سورة الحديد : الآية : 24) .

وعلى هذا الأسس للإسلام هو أول من كرم الأجانب وسواهم بشائين في المعلنة* في معظم شقوق مداموا عشرين بغضود بشرية لهم ، فلا يحاربون المسلمين ولا يعلنون الدعوة . إن السلم الذي تتلدي به دول اليوم في مشارق الأرض ومغاربها ، ويسائون به

* قد دعا الإسلام إلى إقامة العدالة بشر ٧ نصوص قرآنية لوجهاً منوية ، ودعا إلى فنون عدل من منسلة تسه لجهه . وذلك لتتوزع العدل هو قول محمد ﷺ (عملت شئنا بما نعلم إن عدلنا) ويتكسر هذا فنون على حكم الله إن عدلنا عدلنا على عدلنا ، وإن سلكنا به بشرنا عليه حرباً ، ولكن شئنا عدلنا بعدلنا ومغفرة بالسياسة . ولنا كذا فنون المنسلة

إن شريعة الإسلام تفر بحرية العقيدة والفكر، والرأي، والاجتهاد، وتنادي بالتسليم بين جميع الأديان.

(التعريف)

بناءً على ما تقدم تعرف العلاقات العامة الإسلامية بأنها فن تنظيم وتحسين العلاقات الإنسانية بين جميع الأفراد، والهيئات، والمنظمات، والطبقات في المجتمع، وبتنظيم المجتمعات بعضها لبعض، بغية تحقيق المحبة، والتكاتف والتعاون، والتفاهم، ليكون للناس حسناً واحداً، وروحاً واحدة، وذلك باستخدام وسائل وأجهزة وفنون الإعلام القديمة والحديثة المختلفة والمتنوعة، وأساليبها الجذابة.

من خلال هذا التعريف يتضح أن مجال العلاقات العامة يتسع ليشمل كافة الأفراد والهيئات المختلفة، والطبقات، والمجتمعات، فهو بهذا يشمل جميع الناس، ذلك لأن الإسلام نظم حياة البشر جميعاً ولا يقتصر على زمان ومكان معين. كما إن هذا التعريف يمنح استخدام أجهزة وفنون وأساليب ووسائل الاتصال المختلفة الخالصة بكل زمان، ويتضح أيضاً من هذا التعريف أن فن العلاقات العامة ليس سفير في طريق واحد من المنظمة إلى الجمهور، ولكن يسير في نظام أو طريق مزدوج، ومتعدد القنوات⁽⁶¹⁾ (كحل، 1985: 154).

(العلاقات العامة والأنشطة الاتصالية الأخرى)

تتحد طبيعة العلاقات العامة كعلم أو كوظيفة اتصالية متخصصة وفقاً لواقع المجتمع والأهداف التي ترمي أي منظمة لتحقيقها ولتدأ لشركتها في مجمل حديثنا عن أساليب ومفاهيم العلاقات العامة بأن مفهوم هذا المصطلح كثيراً ما اعتُرد سوء الفهم والخلط بينه وبين الأنشطة الاتصالية الأخرى ولأما ذلك هنا من التطرق إلى هذه الأنشطة واستعراضها بشكل مركز، دون إفراط ممل أو تقريط مغل، محيلاً مهمة إيجاد التوازن بينها وبين العلاقات العامة إلى ما تستلزمه من شرح أصولها واتساق أغراضها والأهداف من وراء استخدامها.

(الفرق بين العلاقات العامة والرموز والإعلام)

تعريف الدعوة: * الدعوة بصفة عامة تعني الجهود المبذولة لنشر عقيدة، أي إنها حركة مرتبطة بنقل إيديولوجية ترتفع عن مستوى مقومات الفكر المحدود وتصبح نشاطاً متكاملًا يدور حول خلق عملية الاتصال بين الداعي والمُدعَى، وهدفها هو خلق علاقة الولاء والالتزام المترتبة بالصدق والإيمان، وتسعى الدعوة إلى الحقيقة ومنطقياً هو المنظمة التي تزدي إلى الإقناع، حيث تسرج الحجة بلحجة بحرية كاملة* (30) (حلب، 2004: 32).

وتعتبر الدعوة من أوجه النشاط الإنساني، التي مارسها الإنسان منذ القدم للتأثير على أفكار وتجاهلات الآخرين، ولقد تولت أساليبها بالتقدم والتطور الذي واكب كافة العصور.

وسوف نذهب في هذه الأسطر للحديث عن الدعوة الإسلامية وذلك لسببين: أولهما أنها تقع في صلب هذه الدراسة. وثانيهما أنها تختلف عن الدعوات الأخرى بأن نسقتها الفكرية قلم على المنهج الربيعي القرآني، كما إن مضمونها الاتصالي يستمد أصوله من الذاتية الثقافية المؤسسة على هذا المنهج خلال تفاعلاته الدائمة والمستمرة مع مشكلات الواقع، وقضايا المجتمع الإسلامي طبقاً لظروف الزمان والمكان وأن المنهج القرآني يعد الأس والرأي الذي تستمد منه الدعوة الإسلامية أفكارها وآراءها ومنهجها.

* حرية العقيدة وبخاصة لتوضيح هذا المسعى الاستدلال بالآية الكريمة (لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي) (سورة البقرة: الآية 256). فتترك للمتسككين بالأسلام حياءً لتفسير والتفويض لما الإيمان مفروضاً إلى اختيار المرء، والتفاهم، والنظر قوله تعالى (لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي) (سورة البقرة: الآية 256).

حرية الفكر والرأي: وهذه تتفرع من حرية العقيدة لأن الإنسان حر به أن يفعل بغيره من غير المبررات كما يستخدمه في التفكير والتأمل والتفسير بقوله تعالى (إن من خلق السموات والأرض وأختلاف الليل والنهار لآياتٍ لأولئك الذين لا يرجعون). (سورة آل عمران: الآية 109). إن الرأي فهو سبيل إلى تبيين الحق ومعرفة الآراء، وتبنيها، حيث يؤدي إلى حل المشكلات في إدارة الأمور وتسيير الشؤون، وقد حملت الشورى عصراً لها من عناصر قيم شريعة الإسلام بقوله تعالى (وتشاوروه شورى بينهم) (سورة الشورى: الآية 35). (نشر ومصحف من زبير، العلاقات الدولية في الفكر العربي، ص 10).

* الدعوة في اللغة العربية: كلمة تطلق ويراد بها عدة معانٍ: الرعية إلى الله، والفعل دعا يستدره الدعا والدعوة... الاسم الدعوة والدعاة، ودعا بمعنى الاستمعة. قال تعالى (والأعداء من استغفرتهم من ذنوبهم) (سورة يوسف: الآية 38). والدعوة بمعنى الدعا، وإدعاء الحق، والدعاء إلى الطلوع، وقد وردت في عشرة مواضع في القرآن الكريم. فنظر في ذلك محمد عظيم، الدعوة الإسلامية في عهد أمير المؤمنين عمر بن الخطاب رضي الله عنه (65) (القاهرة: الزهراء للإعلام العربي، 1995: 4).

* لدى المؤلف كتابان في نفس العام 2004 مسومي. وقد تم ترتيبها في المراجع حسب الحروف الأبجدية لتتوافق مع كل كتاب.

كما يظل الحكم على مدى صحة وسلامة وموضوعية ممارستها في مختلف جوانب الحياة مرئبة بمدى التوافق والاختلاف مع جوهر ومضمون تلك المنهجية القرآنية ، وذلك لما تتميز به تلك المنهجية من التسور والقول الحق ، حيث لا تترك مجالاً في حية لقرء لو الجماعة مدياً لو روحياً إلا وقد وضعت له حلاً يميز بلمسطق والحق ، كما أنها بينان كل من الأحكام الربانية في مبلانها للعلمة وتطبيقها الشرعية .⁽³⁰⁾ (نصر لرجع لسق: 33).

وقد بنا ظهور الدعوة الإسلامية ببداية نزول الوحي على الرسول ﷺ يقول: تعالى ﴿ يَا أَيُّهَا الرُّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَعْلَمْ لِمَا بَلَّغْتَ وَرِسَالَاتِهِ ﴾ . (المفءة: الآية 66) . وتقد مرء الدعوة الإسلامية عبر القرون الماضية بمراحل عديدة ، لسنا بصند سردها ، وإنما يمكن القول باختصار أن الدعوة الإسلامية قد نثرت بمراحل لتنتشرها بقوة الأمة الإسلامية كما وضعها .

تعريف الدعوة الإسلامية : كما هو الحال مع سائر الفنون الاتصالية لاهى مفهوم الدعوة الإسلامية اختلافاً واسعاً ، وقد قدم كثير من الفقهاء والمختصين قديماً وحديثاً تعريفات شتى تناولت مفهوم الدعوة من زوايا مختلفة ، وقد كان الكثير منها غامضاً مبهماً لا يتسع ونشاط الدعوة الإسلامية الشامل . هذا بالإضافة إلى اللبس الظاهر في قضية التفريق بين مصطلح الدعوة الإسلامية والإعلام الإسلامي الذي سنأتي عليه في الأسطر التالية للقلمة .

الواقع أنه يتوجب علينا التعرف عن هذه الإشكليات والتعريف التبيمة والاكتفاء بنكر ما نراه يقرب من التسولية ويخدم أهداف علمتنا "لأن اختلاف المفاهيم وتماهي الحدود والمحددات في بعضها يفند عملية التصلح والمعلمى ... فلفن يتحذون مثلاً عن إعلام إسلامي إنما يفعلون ذلك في غياب نظرية إعلامية شاملة جامعة ... كما هو الشأن تماماً في قضية (الألب الإسلامي) و (السنور الإسلامي) ، و (القلون الإسلامي) وغير ذلك ، فكل هذه المصطلحات مضببة تتركز على النصوص في عمومية مشوشة " ⁽²²⁾ (جربوع ، 2004 : 7) . إن كلمة الدعوة في حد ذاتها - في القرآن الكريم - من الألفاظ المشتركة التي تطلق اسماً ويرك بها الدين أي حقائق الإسلام وأركفه وتكليفه قل تعالى: ﴿ لَه دَعْوَةُ الْحَقِّ ﴾ (سورة لرع: الآية 14) ، أي دعوة لتوحيد ، كما أنها تطلق مصصراً ويرك بها فناء ، والتبشير ، والتبليغ .

والدعوة بهذا المعنى مرادفة لمفهوم الاتصال الذي يعنى العملية الاتصالية التي ينقل بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال منبهات علمة ما تكون رموزاً لغوية لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين مستقبلتي الرسالة .⁽³¹⁾ (حجب ، 2003 : 107) .

وعليه يمكن تعريف الدعوة الإسلامية بأنها : " تزويد الجماهير - بصفة علمة - بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله ، بصورة مباشرة من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة لو علمة ، بواسطة قلم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتمعة في موضوع الرسالة التي يتناولها ، وذلك بخية تكوين رأي عام صائب يعنى الحقائق الدينية ، وينركها ويتأثر بيها في معتقده ومبلانه ومعاملته " .⁽³¹⁾ (نصر لرجع لسق: 108) .

تعريف الإعلام : " يعرف الإعلام بصفة عامة بأنه : تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات والحقائق تثبتة والسليمة والتي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم " .⁽⁸⁾ (لم ، 1958 : 27) .

تعريف الإعلام الإسلامي : يتحدد إطار مفهوم الإعلام الإسلامي أو حدوده على ضوء مفهوم كلمة الدعوة الإسلامية السابق ذكره ، وهي إنما أطلقت اسماً ولويد بها الدين وأطلقت مصصراً ولويد بها فناء ، والتبليغ .

فعلى ضوء المفهوم الأول لكلمة الدعوة يتحدد الإطار التسولي والعلم للإعلام الإسلامي ، وذلك بشموله كفة مناحي الحياة في المجتمع الإسلامي

أما المفهوم الثاني فيحدد إطار الإعلام الإسلامي بالعمل على تكوين رأي عام صائب يعنى الحقائق الدينية وينركها ويبتشر بها في معتقده وعبداته ومعاملته ، وهذا ما يسمى بالإطار الخاص أو الإطار الديني له .⁽³¹⁾ (حجب ، 2003 : 23) .

وعليه يمكن تعريف الإعلام الإسلامي بأنه : أداة الدعوة لبلوغ أهدافها .

وكتلك يمكنه تعريفه بقوله : استخدام منهج إسلامي ، بأسلوب فني إعلامي ، يقوم به مسلمون علمون بينهم ، متقيدون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيريته المتباينة مستخدمين تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار والأخبار الحديثة وتقييم الأخلاقية والمبادئ والمثل العليا للمسلمين وغير المسلمين في كل زمان ومكان .⁽⁴⁰⁾ (تقضي 1990 : 35-36) .

أسس الدعوة الإسلامية والإعلام الإسلامي

• الإسلام رسالة علمية : كان الوحي الإلهي قديماً يتخبر بقاعاً من الأرض لينزل بها كما ينزل في مكان دون مكان . لكنه ببعثة محمد عليه الصلاة والسلام ، خالفت المعبود فكانت نقلة جديدة بلعلم كله ، ونحوها في حركة الوحي على ظهر الأرض . إذ جاءت الرسالة الأخيرة لكل البشر ثم صحبت الزمان في مسيرته . فلما انتهى جيل من الناس فإن الجيل الذي يليه مخاطب بها عطشاً أن يمشي في سناها ، والإجماع معقود بين المسلمين على عموم الرسالة وخلودها والآيات التي دعوت هذه الركيزة كبيرة نورد منها تأكيداً لهذا المعنى . قل: تعلى ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَلِمَةً بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَكَانَ النَّاسُ لَا يَعْلَمُونَ ﴾ (سورة ساء : الآية 28) . ﴿ تَارَةً الْاِذِي نُزِّلَ الْقُرْآنُ عَلَىٰ عَبْدِي لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا ﴾ (سورة الفرقن : الآية 1) ⁽⁶¹⁾ (القرآني 1985 : 150) .

• استهداف العقل : يكمن الأسس الثقي للدعوة الإسلامية والأعلام الإسلامي في استهداف عقل الإنسان ، وجعله الغاية الأساسية من أي رسالة تصفية إسلامية ، فقد خلق الله الإنسان وجعل العقل هو الميزة التي ميزه بها على سائر المخلوقات ، فلعقل هو المسيطر على كل شئوة ، وبه يتخير الإنسان كل الأمور في حياته الدنيا والأخرة . ولتلك فدعوة الإسلامية بإعلامها تقوفاً موجهة إلى عقل الإنسان . حيث يحثنا الله لأن نستخدم العقل في كل أمورنا فأحكام الإسلام لا تنقض العقل ، فلو اوجب على الإنسان أن يستخدم كل المعارف ليصلح من أحواله في المجتمع . وإذا ما أطفأ الإنسان نور عقله فله يصبح كالأنعام ويتبع هواه ويتعصب لشهوته وعاداته القديمة الجمدة ويتخبط في الحياة ، ولذا يعقب الله الإنسان الذي يعطل عقله كشره للخمور مثلاً والمخدرات ، وقد ذكر القرآن الكريم الذين يستخدمون عقولهم في الفكر السليم بأنهم غلاء يقول: تعلى ﴿ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ ﴾ - (سورة رعد : الآية 21) ⁽¹⁹⁾ (حقم 2003 : 332) .

• الحرية الدينية : إذا ذكرت دولة الخلافة ذكرت الحروب الهائلة التي دارت بينها وبين فارس والروم ، وهما الدولتان العظيمتان في العلم يومئذ . فلما ارتكب المرتكبون وتوقفوا في شديهم وقتلوا : إن زوال دولتين عظيمتين في زمن قصير لا يمكن تفسيره إلا بسطوة سيف التي دأب عليها الفتاحون أثناء زحفهم يقول : بل إن العقيدة الإسلامية التي تغلغت في قلوب المجاهدين يومئذ مع القيم النبيلة والأخلاق الرفيعة التي حملوها وعلموها لأهل الأمصار المفتوحة هي الخط الفاصل بين الحق والباطل ﴿ لَمَّا بَعَثَ الْحَقُّ إِلَى الْعَالَمِينَ ﴾ (سورة يونس : الآية 32) . إن العقيدة الدينية الإسلامية لم تكن قوة غالبة فحسب في إبان النشأة والظهور ، ولكنها كانت قوة صامدة بعد مئات السنين ولابد من تفسير لهذه القوة الصامدة ، كما لابد من تفسير لهذه القوات الغالبة ، لأنها تدافع فتقوى على الدفاع حيث لا عدها للثغية في معترك الصدام والصراع ، وصدود القوة الإسلامية في أحوال الضعف عجيب كتصالحها في أحوال الشدة والسطوة ، لاسيما بعد تصمود أكثر من عشرة قرون ، وهل هناك تفسير لهذا أكثر من كونها عقيدة شاملة رسخة في قلوب معتقبيها بعد أن اعتقوها بغير إكراه ⁽⁵⁷⁾ (لحد 1969 : 16) .

زد على ذلك أن الحقيقة العلمية والتاريخية التي يحول البعض المرء فيها قد وردت فيها الآيات الكثيرة التي تؤكد هذا المعنى كقوله تعلى : ﴿ إِنَّ شَيْئاً لَّذَلِيلَةً لِّمَنْ شَاءَ أَخَذَ إِلَى رَبِّهِ سَبِيلاً ﴾ (سورة الإسنا : الآية 28) . ﴿ ذَلِكِ الْيَوْمِ الْحَقُّ لِمَنْ شَاءَ أَخَذَ إِلَى رَبِّهِ مَا يَآبَى ﴾ (سورة نبا : الآية 39) ﴿ لَذَكَّرْنَا لِمَا أَنتَ مُذَكَّرٌ * أَسْتَ عَلَيْهِمْ بِسَبِيْرٍ ﴾ (سورة فتنية : الآية 20-21) .

وهناك نحو مائة لية في هذا المعنى تجعل الإيمان نتيجة مختلرة ومشيئة مطلقة ، ولإنطيل سرد الشواهد فهي كثيرة تقوي بعضها بعضاً ، وتؤكد .

* توجد للمؤلف كتابان بنفس المظمة في نفس العام 1969 .

لين المجتمع الذي بنته الرسالة الخاتمة كان خليطاً من مجتمعات العلم كله في احترامه لحرية التدين وتوفير الأمان لمن يخالف الدين ، نعم
كان بدءاً لم تعرف شيئاً نظيراً له. (61) (القرلي ، 1985 : 10).

• **مسؤولية الدعوة الإسلامية والإعلام الإسلامي :** إذا كانت الدعوة الإسلامية واجبة بتوجيه من الله تبارك وتعالى لرسوله ﷺ
في قوله تعالى ﴿ يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ لَمَّا يَلْفُتْ رِسَالُكَ ﴾ (سورة هود: الآية 67) . وإذا كانت الدعوة إلى الإسلام
والإعلام عنه مسؤولية حملتها من بعد أمته ولهم فيه أسوة حسنة ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ ﴾ (سورة يوسف: الآية 113) .
فإن الدعوة إلى دين الله والإعلام عنه من ناحية أخرى مسؤولية على كل مسلم ومسلمة طبقاً للآية الكريمة ﴿ وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ
بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ﴾ (سورة توبة: الآية 70) (30) (حجل ، 2004 : 37).

• **التوحيد القطعي :** يمكن القول إجمالاً بأن الأسس الحقيقي للدعوة الإسلامية والإعلام الإسلامي هو التوحيد المطلق ، وهو يتطابق
والحرية المطلقة وهذه هي حقيقة الدين المطلقة ، فالإيمان بالتححرر من عبودية السلطان والجاه والمال وعبادة الأشخاص بعبادة الله وحده
يؤدي إلى الإيمان بالخلود ، وهذا الإيمان بالخلود يؤدي إلى الإيمان بالتأسيس الأخلاقي للقيم ، ومن أهم تلك الأسس . الإيمان بوحدة النوع
البشري ، وعليه ينشأ مبدأ العدل ﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ ﴾ (سورة نساء: الآية 1) بهذا المبدأ ينتهي الميز العنصري ،
وينتهي مرض تكليه الإنسان الذي أدى إلى ظهور الرلمسية والاستعمار ، وينتهي مرض التخبذة الذي أدى إلى ظهور الصهيونية
والنكتورية ... إلخ ، وهكذا تصبح لنفياً جسراً للأخرة ، وفي ظل هذا المبدأ يتبرع عنه مبدئان هما (المواخاة والمسواة) ، ويمثل مبدأ
المواخاة شرط الحياة الاجتماعية والسليبية في الإسلام ، إذ تنبئ عليه لحياة الاجتماعية والسليبية حيث يكون الفرد هو مرآة الأمة عن
طريق مزاولة الشورى ، وبهذا المبدأ يزول التناقض بين الفرد والمجتمع حيث يصبح كلاهما غلية في حد ذاته . أما مبدأ المسواة فهو يمثل
شرط الحياة الاقتصادية ، التي يكون فيها الاقتصاد وسيلة من أجل تحقيق وجود الإنسان وسعادته كفرد وأمة ، لا أن يكون الاقتصاد هو
الغاية والإنسان وسيلة* (34) (عريبي ، 2004 : 41).

وبعد يلاحظ الامتراج والتداخل بين النشاط الدعوى والإعلامي ونشاط العلاقة العامة حسب ميزان الشريعة الإسلامية . حيث يلاحظ أن
هذه الأنشطة قائمة على أسس من التعاون والتربط ، والتكامل ، والتراحم ، وقلمة العدل والرساء مبادئ الحرية والمسواة بين البشر . وثلك من واقع الإقاع
والقول والإيمان بأن العمل وفق تلك المصلح العليا للمجتمع يضمن الحياة الكريمة للفرد والمجتمع في هذه الدنيا مع حسن الثواب في الآخرة ، وتتوحد لغة
الخطاب لهذه الأنشطة من أجل تقديم الحقائق وطرح الأفكار سعيًا إلى تنمية الوعي والمعرفة ، وتلبية احتياجات الأفراد الفعلية النابعة من
الخصائص الاجتماعية والشخصية .

العلاقات بين العلاقات العامة والرعاية والإعلان والعلاقات الإنسانية

العلاقات العامة والدعاية يرتبط مفهوم الدعاية دائماً بالمصالح الذاتية ، أو التخبذة المسيطرة التي تحول إقاع الجمهور بفكرة معينة تخزم
مصالحها ، وتعتمد الدعاية في كثير من الأحيان إلى تشويه الصورة الحقيقية ، والميلفة في الأمور الوتعية . معتمدة على أساليب الإثارة
والإيحاء والاستمالة لخدمة مصالح شخصية .

وعليه يمكن وضع فواصل ما بين الدعاية والعلاقات العامة على النحو الآتي:

* لزيادة التفصيل حول هذا الموضوع انظر :

- نهار إعلام إسلامي فاعل ومؤثر ، الندوة التي انعقدت في الفترة من 25-26 من شهر ربيع 1998 مبيح ، (منشورات الهيئة لشعبة الإعلامية العلمية ط 2000 مبيح) .
- محمد منور حجاب ، الدعوة الإسلامية المتجددة والمواخاة ، (القاهرة : دار الفكر للنشر والتوزيع ، 2002 م) .
- محمد منور حجاب ، الإعلام الإسلامي المبني - النظرية - التطبيق ، (القاهرة : دار الفكر للنشر والتوزيع والإعلان ، 2003 م) .
- محمد منور حجاب ، تجدي الخطاب الفيني في ضوء الواقع المعاصر ، (القاهرة : دار الفكر للنشر والتوزيع والإعلان ، 2004 م) .

• نعتد الدعاية مديفة المبتغى في ذكر الحقائق ، في حين أن العلاقات العامة تعتد الإعلام الصالح الهادف إلى خدمة المصلح العامة .
• تؤكد العلاقات العامة مسألة العلاقة بين المصلحة العامة والخاصة وتبين اختلافها بامتدادها وتنقيحها . في حين تلجأ الدعاية إلى إخفاء المصلحة الخاصة والهدف الحقيقي لها .⁽²⁵⁾ (حونة ، 1997 : 4) .

العلاقات العامة والإعلان : الإعلان هو نشر المعلومات عن السلع والخدمات أو الأفكار في وسائل النشر المختلفة ، بقصد بيعها أو المساعدة في بيعها أو الترويج لها نظير مقليل مدفوع ، وحيث أن المعن يدفع ثمن النشر فإنه يتحكم في رسالته الإعلانية ، وفي طريقة نشرها ، والمكان الذي تنشره في الوسيلة والوقت الذي تظهر فيه . ويفضل بعض الكتاب إلى الإعلان على أنه أحد وسائل الدعاية فتجريبية لتسويق السلع والخدمات ، ونقطة الخلاف بين الدعاية والإعلان هي أن مصدر المعلومات - في كثير من الأحيان - يكون غير معروف في حالة الدعاية .⁽⁴⁹⁾ (عبد الحليم ، 1984 : 74) .

والإعلان هو أحد الأدوات والأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة ، بهدف التأثير على الجمهور ودفعه للسلوك المطلوب الذي يتحقق من خلاله هدف المنظمة .

العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية : ترتبط مفهوم العلاقات الإنسانية بالمعروفات الإنسانية بين البشر حيث يطلق عليها أحياناً روح الجماعة ، وهي تظهر بين كل الجماعات ، سواء في شكل أسرة ، أو قبيلة ، أو دولة ، أو حتى في صورة هيئة ، أو منظمة أو التي يعني اصطلاح العلاقات الإنسانية في إطارها مدى إقرار الإدارة بالجوانب النفسية والمخوية للأفراد⁽⁴⁴⁾ (علم ، 2002 : 20) .

ولا يمكن الفصل الذاتي بينهما - أي بين العلاقات العامة والإنسانية - إذ أن الهدف من كليهما يحقق العلاقات الرشيدة لصالح الفرد أو المجتمع أو المنظمة ، ولكن " ما يمكن قوله : بوضوح في هذا الصدد أن العلاقات العامة فلسفة قبل كل شيء ، وهي وظيفة إجتماعية لأسسها تفويض الخلاف ، وتعويض النقص الذي تحدثه النظريات الاحتكارية أو النخب المسيطرة على عقول الناس" .⁽⁸⁾ (بسم ، 1958 : 7) .

وعليه ومن خلال ما تم عرضه في الصفحات السابقة نلاحظ أن العلاقات العامة نشاط اتصالي شامل ، تمازجت فيه كافة الأنشطة الاتصالية الأخرى في منظومة اتصالية فعالة تهدف من خلال المنهج الذي تتبعه إلى سيادة المبادئ الأيديولوجية التي تدعو إليها وتروج لها . والشكل الآتي يوضح ذلك :

شكل رقم (1) يوضح تفرع نشاط العلاقات العامة والأنشطة الاتصالية الأخرى



وفي نهاية مطلق حديثنا عن الفواصل ما بين العلاقات العامة والأنشطة الاتصالية الأخرى ، بقي أن نشير إلى حقيقة نعتد أنها تلم شعت الخلاف بعد طول التأمل فيها وهي أنه من الصعوبة وضع حدود فاصلة وواضحة تميز مختلف أساليب الاتصال ، نظراً للتداخل بين منبج عمل كل منها ، أي أن التفرق بين هذه الأساليب ليست فروقاً عملية واضحة ، ولكنها فروق فلسفية في أغلب الأحيان . فلذا قيل أن الإعلام عقلي في منهجه ، والدعاية انفعالية في أسلوبها نجد أن الدعاية تستخدم أحياناً أسلوب تفكير المنطقي ، كما أن كثيراً من الأخبار والمعلومات التي تنشرها أو تدعيها وسائل الإعلام يعوزها التفكير العقلي والتسلسل المنطقي ، ويطنس عليها أحياناً أسلوب التهويل والضخامة المقتلة ، والدعاية ليست شيئاً بغيضاً كما يعتقد البعض ، فإنها قد تستخدم لأغراض نبيلة خاصة في الدول النامية لمكافحة الأمراض والأفات ومحاربة العادات السيئة .

والإعلان كثيراً ما يحتوي على عناصر إعلامية يتممها البيع للمشتري كما قد يستخدمها للتعبير عن وجهات نظر سياسية أو إجتماعية

، وليس هدف الإعلان دائماً هو إثارة المستهلك لشراء سلعة معينة عن طريق التوجه إلى عواطفه وانفعالاته .⁽⁵⁴⁾ (عبد الحليم ، 1984 : 82) .

تنظيم إوارة العلاقات العامة

إننا نشعر أحد بإحصاء لوجه القصور والضعف في عمل العلاقات العامة إلى يومنا هذا فإنه بالتأكيد سيجدها كمنة في جنب التنظيم .
فصلا لا شك فيه أن السعي لإفهام الناس فكرة معينة أو تعريفهم بمنظمة أو حتى فرد ، هو جهد يعتقه الإبداع ويحتاج إلى تنظيم ، ولعل الشيس والغموض الذي يكثف العلاقات العامة عند بعض المشتغلين ماله إلى عدم غايتهم الكافية بالتنظيم ، فما هو التنظيم ؟
التنظيم هو السير وفقاً منهج معين ، كما أطلق عليه أسم التوجيه في التنفيذ ، ويراه البعض بأنه حامل لهذا المعنى وذلك بل ويحمل ما هو أكثر منه . فالتنظيم هو التكيين والإدارة للبشرين والماليين . التذان يسمى بهما للقيام بجهد نظمي بناءً على خطة مرسومة . وهو الوسيلة اللازمة لتوجيه مراحل المختلفة للجهد المرسوم والإشراف على تلك المراحل بكيفية التي تكفل النجاح بوعبرة أيسر يمكن القول: بأن التنظيم هو جماعة متحدة من الناس تعمل لغرض مشترك ، بقيادة مشتركة وبلوات مناسبة .⁽²¹⁾ (بيرنز ، 1967 : 152-153).

أساسيات وأهران ووظائف إوارة العلاقات العامة والعوامل المؤثرة فيها

أساسيات إوارة العلاقات العامة

- إن الحاجة هنا تستدعي الإشارة إلى شيء مفاد أنه مهما اختلفت أشكال المنظمات أو الهيئات أو الإدارات الجزئية داخليا . فإن إدارة العلاقات العامة تتفق مع هذه المنظمات ، يتشاركها في عناصر أساسية وهي :
- الأهداف : ويتصد بها النتائج التي تطمح المنظمة إلى تحقيقها ، مع مراعاة الواقعية والوضوح والتحديد ، وأن يراعى ما تتطلبه من إمكانيات مادية وبشرية لتنفيذها ، وعند تحديد أهداف العلاقات العامة ينبغي أن تراعى مدى استجابة هذه الأهداف لاحتياجات المنظمة وتكاملها مع خططها المستقبلية .
 - الجهاز الإداري : كغيرها من الإدارات تقوم العلاقات العامة على جيد إنساني ، ولستمر هذا الجهد بتوظيف الكفاءات اللازمة في المواقع المناسبة ، وهكذا فإن عصب الإدارة يتمثل بأفرادها - وهؤلاء يختلجون بحسب طبيعة المنظمة وأهدافها - وعمل العلاقات العامة في العادة محصلة عمل كل العاملين في الإدارة ، وبدون هذا الفريق المتكامل لن يكتب لأي عمل أن يخرج بشكل جيد⁽³⁴⁾ (حجاب ، 1992 : 92).
 - الإمكانيات المادية والفنية : تحتاج إدارة العلاقات العامة لتنفيذ برامجها إلى موارد مالية محدثة بناءً على تقديرات حسابية لما هو متاح وما هو عطل . وهي مرتبنة بمتخطيط الموضوعي لأششطة العلاقات العامة خلال فترة محدثة .
 - نشط الإدارة : إن نشط إدارة العلاقات العامة هو ثمرة للجهد الإنساني سواء أكلن عتياً أو عضلياً ، ويرتبط نشاط الإدارة بأهدافها المعلنة مسبقاً
 - الاتصال : هو العملية الحيوية لأي نشاط إنساني ، وبدونه يتعذر إنجاز أي عمل ، وبطبيعة نشاط العلاقات العامة الاتصالية فإن مسؤولية إدارتها تحتاج إلى كفاءات ماهرة في هذا الجانب ، خاصة في توظيف ملاكها الوظيفي بشكل قادر على تحقيق أهدافها ، ولذلك فتنرة الإدارة على الاتصال الداخلي هو أولى الخطوات الأساسية لنجاح الإدارة في نجاحها الخارجي .
 - الإدارة بصورة علمية : هي التي يمكن بها السيطرة على نشاطات المنظمة ، وذلك بتوجيه كواهرها لتلبية واجبتها بما يضمن تحقيق أهدافها بأمض السبل ، وبفنية لإدارة العلاقات العامة فهي مسؤولة عن وضع أهدافها في ضوء أهداف المنظمة العامة ، واختيار ملاكها لتأدية لتشطتها .⁽³⁴⁾ (نصر المرجع السابق : 91).

أهران العلاقات العامة

لا تختلف في جورها من منظمة لأخرى ، مينا اختلفت طبيعة أنشطة هذه المنظمات والهيئات ، وفي إطار المنظمات الإسلامية الدولية ترمي العلاقات العامة إلى تحقيق أهداف (علمة عريضة) لصلح الأمة الإسلامية ، وأهداف خاصة لصلح تطوير عمل ونشط هذه المنظمات

الأهرات العامة

يمكن حصرها في :

• تدعيم الإسلام وتلك عن طريق :

- وضع خطة عمل واسعة النطاق لا تفصل المذهبية الإسلامية عن هيكلها التنظيمية ، ولا تعزل الأهداف العلمية عن الفرعية وهذه الخطة يجب أن تستوعب عدة مجالات منها :

- نشر حقيقة الإسلام بين المسلمين .

- التخفيف من حدة الصراعات المذهبية⁽¹⁰⁾ (بلم، 2004 : 174) .

وتسمى العلاقات العامة لتحقيق ذلك عن طريق :

- السعي الدائب والحثيث إلى تحقيق وحدة الأمة وإلى التريب بين المذاهب المختلفة ، وإلى تطهير المجتمع الإسلامي من كفة الأفكار الضيقة والتسلف الملحة . لكي يقف المسلمون صفاً واحداً في وجه التكتلات والمؤامرات السعلية للإسلام والأمة الإسلامية .

- كذلك الإبتعاد بالأمة عن الخلافات التي أضاعت جهودها ووقتها ومزقت شملها وأبعثتها عن الصراط المستقيم .

- القيام بالمساعي الجهدية لفض المنزعات بين الدول الإسلامية وكذلك إرسال الإرشادات الصحيحة إلى بعض الشعوب الإسلامية التي لا تتقدم بتعظيم الإسلام .

- إرسال كتبرات الإسلامية إلى السفارات الإسلامية، ويلزم أن يكون أفرد هذه السفارات قوة إسلامية ، فلتعلم الأجنبي يرى الإسلام من خلال سلوك المسلمين ، ولا سيما أعضاء سفارات الدول الإسلامية .

- نشر اللغة العربية في الدول الإسلامية غير الناطقة بها .⁽²⁷⁾ (حتم، 1996 : 132) .

• تعميم الإسلام :

وهو أيضاً يحتاج إلى خطة عمل واسعة :

• إقامة جهود قوي مدياً ونشرياً للإعلام والدعوة الإسلامية ، يقوم بالإشراف على الشراكز الإسلامية في الخرج وترويدها بكل الإمكانيات المطلوبة .

• العناية بكليات الدعوة الإسلامية في العالم الإسلامي ووضع برامج واضحة⁽¹⁰⁾ (بلم، 2004 : 173) .

• كذلك حملة للجاليات المسلمة .

في الوقت الراهن يسكن المسلمون منطقة واسعة ممتدة وشسعة من العلم هي جزء لا يتجزأ من النظام العالمي المتغير ، ويشكون ربع سكان العالم كله تقريباً ، وعليه فإن هناك جاليات مسلمة في بلاد غير إسلامية ، وهي مستهدفة تماماً من وسائل الإعلام في تلك الدول ، التي تقوم بتقديم صورة مشوهة عن المسلمين والإسلام ، وهذه الأكلات تعني من مشكلات يمكن تحديدها من زاوية الحقوق الطبيعية التي ينبغي أن يتمتع بها الإنسان في أي جماعة ، ولعل من أهم هذه الحقوق :

- حق ممارسة الشعائر الدينية في حرية كاملة .

- حق تنظيم أمور الجماعة الإسلامية ، طبقاً للتصور الإسلامي دون تدخل من سلطة .

- حق الدعوة إلى دين الله ونشره بالحكمة والموعظة الحسنة .

سوقف هذه الأقليات الإسلامية في البلاد غير الإسلامية طبقاً لحقيهم في ممارسة الأمور الثلاثة السابقة يمكن تصنيفه إلى :

• أقليات مضيق عليها في ممارسة الشعائر الدينية ، ومحرومة تماماً من حق تنظيم أمورها طبقاً للتصور الإسلامي .

هـ لقيت لا تعني. ضغوطا في ممارسة حقوقها ولكنها تعني من مشكلات نابعة من طبيعة فهمها لأمر الدين . كما ترجع أيضا بعض المشكلات إلى الحالة المالية ونقلها في المجتمع ، وهذا يناظر به قدرتها على نشر دعوتها الإسلامية ، حيث تعيش بعض هذه الأقليات غالبا في البلاد التي يقوم فيها الحكم على أساس علمي يعتبر الدين مشكلة شخصية.⁽⁶⁷⁾ (مذكور ، 1985 : 90) .

بناءً على ما سبق يرى الباحث أن أهداف العلاقات العلمية في المنظمات الإسلامية الدولية يجب أن تتبع من واقع الأمة المباشر ، فالنظام لعلمي متغير وغير ثابت ونحن جزء من هذا النظام .

الأهداف الخاصة بالمنظمات الإسلامية الدولية

من هذه الأهداف :

- تطوير العضوية من خلال الاحتفاظ بالأعضاء فحتمين وجذب أعضاء جدد .
 - المساعدة على جمع التبرعات لدعم مسيرة الدعوة الإسلامية .
 - توعية المجتمع المحلي بالمنظمة وخدماتها وأنشطتها .
 - كسب التأييد في موضوع محدد .
 - زيادة عدد المتقنين من ختمت المنظمة .
 - تحسين صورة المنظمة وبالتالي المساعدة في تحسين صورة الإسلام والمسلمين في الغرب .⁽⁹⁸⁾ (تنوي ، 2006 : 1)
- وظائف (وزارة العلاقات العامة)

يعد توصيف الوظائف واحداً من الشروط الجوهرية لتحقيق مبدأ وضع الشخص المناسب في المكان المناسب ، ثم الاستخدام الأمثل للموارد البشرية لأن التوظيف يوفر تصوراً سليماً عن الأنوار للوظيفة المطلوبة .

ويمكن القول أنه مهما اختلفت الوظائف المحددة لإدارة العلاقات العامة من منظمة إلى أخرى فإن هناك محورا عاما للاتفاق بين وظائف العلاقات العامة بصرف النظر عن طبيعة المنظمة التي تعمل بها، فبها ينبغي أن تسعى لتفسير آراء الجمهور واهتماماته، واتجاهاته ، ومشكلاته للإفادة من آراء أهداف المنظمة وسياساتها وإنجازتها وما تؤذيها من ختمت⁽⁵¹⁾ (عبدة ، 2005 : 6)

وعادة ما تتحدد هذه الوظائف تبعاً لفهم القائمين على الإدارة في المنظمة للعلاقات العامة ، وكثيراً ما ينشأ تضارب وتداخل في الاختصاصات بين العلاقات العامة ، وبين غيرها من الوظائف الأخرى ولاسيما وظيفة الإعلام والنشر . وعليه يمكن تحديد وظائف إدارة العلاقات العامة بما يتواءم وأهداف المنظمات الإسلامية الدولية في نشر الدعوة الإسلامية من خلال الآتي :

الوظائف الاستعمالية

- إجراء البحوث المسحية لجمهور المنظمة أو للرأي العام ، وصولاً إلى مؤشرات دقيقة عن مواقفها من المنظمة .
 - تحليل مواقف الجمهور والرأي العام ، لتحديد الأثر المترتبة عليها ، وسبل معالجة الحواث السلبية منها ودعم الإيجابية .
 - تطوير تقنيات استيعاب متغيرات موقف الجمهور (حاجته ورغبته) وكيفية فتحها⁽⁵¹⁾ (نفس المرجع السابق : 10)
- وقد تزايد الاهتمام بالبحوث في العلاقات العامة لأسباب تتعلق بعضها بالمنظمات ذاتها ، ويتعلق الآخر بالعلاقات العامة ، فبالنسبة للأولى منها ازدياد حدة المنافسة من المنظمات الأخرى وازدياد تكلفة البرامج والأنشطة التي تمارسها هذه المنظمة .
- وبالنسبة للعلاقات العامة فتزداد أهمية البحوث في ضوء الاعتبارات الآتية :
- تزود الإدارة بالأدلة والمؤشرات التي في ضوئها يتم اختيار الحلول البديلة عند اتخاذ القرارات في مواقف خاصة عند وضع الأهداف ، فالهدف النهائي من البحوث هو اكتشاف الكيفية التي تجعل الاتصال فعالاً .
 - كما تفيد البحوث في تخطيط حملات وبرامج العلاقات العامة بناءً على حقائق ومؤشرات مستمدة من تحليل الموقف الذي تعيشه المنظمة بينتياً بكل ما تتضمنه من متغيرات متاخلة وعتاعة ، وليس بناءً على اجتهادات شخصية ، أو مبرسك سلبية .

- كذلك تزودنا البحوث بمؤشرات التي نستخدمها في توثيق حملات العلاقات العلمية وبرامجها ، وتزداد أهمية البحوث في العلاقات العلمية كلما ازدادت أهمية الحملات والبرامج التي نخطط لها وفي مستوى التيقن في فهم الموقف الذي نخطط له ، وقبل أيضاً مستوى فهمنا للتصاليب التي نعالجها ، والفرص والتحديات التي تواجهنا . * (23) (لحم، 2005 : 47) .

العلاقات التنسيقية

- ربط خطة العلاقات العلمية في خطط الإدارات الأخرى في إطار الخطة الشاملة للمنظمة .
- تصميم الهيكل التنظيمي للعلاقات العلمية بما يتوافق مع موقعها في الهيكل التنظيمي للمنظمة ، ويتسجم مع بناء العلاقات العلمية بين الوحدات المختلفة في الهيكل .
- برمجة أنشطة العلاقات العلمية مع الأنشطة الأخرى في المنظمة بما يمنع التداخل أو الإزواجية ، وكذلك التعارض والتقاطع بينها .
- تنسيق فعاليات المتابعة ، ومراقبة برامج العلاقات العلمية ، في إطار مراقبة البرامج الأخرى في المنظمة ومتابعتها . (16) (بكري ، 2004 : 40) .

الوظائف الإعلامية

- توعية جمهور المنظمة بمنجزاتها وكيفية الانتفاع بها والإسهام في تطويرها .
 - العمل على تطوير تقنية الأنشطة الإعلامية بما يحقق مرونة التفاعل الإيجابي مع جمهور المنظمة .
 - رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة بما يحسن من العلاقات مع الجماهير ، ويتفعنا بتجاهات إيجابية (55) (عبدة ، 2005 : 9) .
- بناء على ما سبق يمكن القول : " أن هذه الوظائف ديناميكية وغير ثابتة متطورة حسب الظروف والمتغيرات ، وهي تختلف من منظمة لأخرى حسب حجمها وأهدافها وجماهيرها ، فقد تضم إدارة العلاقات العامة في إحدى المنظمات عدداً قليلاً من الأفراد العاملين ، وقد تتسع لتنضم مئات في منظمة أخرى ، وهو ما يتم في التنظيم النمطي لإدارة العلاقات العلمية الكبيرة " (23) (لحم ، 2005 : 284) .

وعليه فليس من السهل بمكان وضع هيكل تنظيمي أمثل لإدارة العلاقات العامة الذي يمكن تطبيقه في كافة المنظمات ، لذا من الأفضل أن يتصف هذا الهيكل بالمرونة ، بحيث يمكنه إضافة بعض المسؤوليات أو إلغاءها ، بما يخدم النشاط ، ويعمل على تحقيق الأهداف المنشودة . (46) (عبد الرحيم ، 2005 : 152) .

كما تختلف الأساليب ، التي تتبناها إدارة العلاقات العلمية بين الأسلوب المركزي ، والأسلوب اللامركزي ، ويتصد بالأسلوب : أن يتمركز العاملون بالإدارة في المقر الرئيسي ، وعنه تصدر كافة الأنشطة والتعليمات ، وفيه يتحرك بعض المختصين لممارسة بعض وظائفهم في فروع ومراكز المنظمة طبقاً للخطة المرسومة . أما الأسلوب اللامركزي فهو فلسفة ووسيلة ، أما فلسفة : فيمكن في اعتماد الإدارة العليا في أنه ينبغي أن يتاح لجميع العاملين الفرصة في تنمية مواهبهم وإمكانياتهم ، واستخدامها كأشخاص مسؤولين . أما كونه وسيلة : فهو أسلوب تنظيم توزع فيه السلطة على الوحدات الإدارية المستقلة في اتخاذ القرار وفي نفس الوقت فإن الرقابة تمارس بدقة تتأكد من أن الوحدات المستقلة تعمل لتحقيق الأهداف المرسومة . (53) (عبدة ، 1999 : 10) .

ويرى الباحث أن الأسلوب الأمثل لتنظيم إدارة العلاقات العلمية في المنظمات الإسلامية الدولية هو الأسلوب (اللامركزي) وذلك نظراً لضخامة هذا النوع من المنظمات ، وانتشار أنشطتها في العالم ، حيث يتبعها مجموعة من الفروع والمراكز في الدول الإسلامية والغربية ، مما يعني اختلاف الظروف المحيطة بتلك المركز أو الفرع ، مما يتطلب أن يكون للمسؤول عن عمل العلاقات العلمية الصلاحيات الكافية التي تحفظه لحمل هذه المسؤولية ، والتصرف حسب الظروف والتوقيت المناسب .

العوامل التي تتعمم أو تؤثر في تنظيم إدارة العلاقات العامة

يمكن لأغراض الدراسة والتحليل تصنيف العوامل المؤثرة أو الحاكمة لتنظيم إدارة العلاقات العلمية إلى مجموعتين هما :

* زيادة التفصيل حول هذا الموضوع انظر : إدارة العلاقات العلمية المنفصل الاسترجاع ، ولم الحميل ، وخيرت عبد ، (العمارة : دار العمارة والتعمير ، 2005 : 47) .

• العوامل الخارجية وتمثل في :

- مدى ضخامة أو صغر الجماهير الخارجية التي تتعامل معها المنظمة [ولا يخفى في هذا الجانب كبر حجم جمهور المنظمات الإسلامية الدولية ، وذلك لانتشار مراكزها وفروعها في العالم] .

- كذلك درجة تباين في خصائص هذه الجماهير ، وعلى مستوى نفس الجمهور الواحد ، وتمثل هذه الخصائص مثلاً في المستوى التعليمي ، والعمر ، والديانة ... الخ .

- درجة الانتشار الجغرافي للمنظمة ، ومدى التجانس بين المناطق الجغرافية التي تتواجد فيها الفروع (أو تمارس فيها المنظمة نشاطها) فكما لو تفتت درجة تعزالي المنظمة عن جمهورها ، كلما تقلص دور العلاقات العلمية .

- تعاضم (أو إنخفاض تأثير جماعات الضغط الخارجي) ، مثل وسائل الإعلام .

- تعدد وارتفاع درجات تأثير المشاكل البيئية والتحديات الأخرى .⁽⁶⁾ (لوفند ، 1994: 118) .

• العوامل الداخلية وتمثل في :

- الإمكانيات والموارد المالية المتاحة .

- مدى توافر كوادر إدارية والمهارات اللازمة لممارسة أعمال وأنشطة العلاقات العلمية .

- إنشاء تنظيمي للمنظمة ، فكثير من البيئات التنظيمية التي يتم بناؤها تتجاهل بلاي الأمر بإنشاء إدارة للعلاقات العلمية ، ومن ثم يصبح من الصعوبة نسبياً تغيير الهيكل - في كثير من الأحيان - خاصة إذا لم تكن الإدارة العليا على قناعة تامة بأهمية العلاقات في المنظمة .

- اتجاهات الإدارة العليا ومدى اعترافها بأهمية دور العلاقات العلمية بالمنظمة ، فكما كانت هذه الاتجاهات إيجابية ؛ كلما توافرت بيئة العمل المناسبة لمسؤولي العلاقات العلمية ، واحتلت إدارتها مستوى رفيعاً في هيكل تنظيمي للمنظمة كما يسهل هنا من عملية توفير

المخصصات وضمنان إلى حد كبير تعاون الإدارات الوظيفية الأخرى .

- طبيعة نشاط المنظمة .. تختلف جماهير المنظمات في أحجامها وخصائصها باختلاف طبيعة نشاطها .⁽⁶⁾ (نفس المرجع السابق : 120) .

لو نظرنا إلى هذه العوامل ومدى تأثيرها في أنشطة المنظمات الإسلامية الدولية ، لاكتشفنا مدى عظم وتأثر الدور الذي يجب أن

تصطلع به وظيفة العلاقات العلمية ، فليس هناك شك في ضخامة أعداد الجماهير الخارجية المستهدفة من قبل هذه المنظمات ، خصوصاً وهي ذات انتشار واسع في كافة أنحاء العالم تقريباً ، مع اختلاف وتباين الجماهير من حيث العقائد ، والمذاهب ، والأعراق والجنسيات ، هذا

مع الأخذ في الاعتبار هيمنة الإعلامية الغربية شرسة على هذه المنظمات ، فيندب بلا مرأى تمثل أخطر جماعات الضغط على هذه المنظمات ! " وتزداد مهمة العلاقات العامة تحدينا عندما نلتقي هذه العوامل الخارجية مع العقاب الداخلية في المنظمة نفسها ، ولعل من

أبرزها تجاهل وظيفة العلاقات العلمية - في كثير من الأحيان - مما يحد بتراً لإحدى ركائز المنظمة ، وهذا بالتأكيد مما يعيق تحقيق الأهداف التي تتبناها والأولويات التي تضعها " .⁽²⁴⁾ (جنسن ، 1994: 112) .

بقى أن نشير - في هذا السياق - إلى كيفية الموازنة بين المفاهيم والأطر الخاصة بعلاقات العلمية الحديثة وبين فلسفتها ومفاهيمها في الفكر الإسلامي . إن الحقيقة التي ينبغي أن نقرها هنا أن تلك الموازنة تعتمد إلى حد كبير على نقلة فلسفية حكيمة من النطق الضيق للنظرة البشرية إلى

المجال الواسع للنظرة الإسلامية . يضاف إلى ذلك أن تشرب لروح الإسلامية لابد أن يكون عن طريق تحول فلسفي ملانم تفرقتا كسلمين على التكيف مع المفاهيم والتصورات الجديدة إن التصور الإسلامي للعلاقات العلمية ، وتطوير التنظيم الدولي ينطلق من أمرين مهمين هما :

الأول : الإقرار بوحداية الله ، أي الإيمان بالله وحده ، والالتزام بكل ما بلغه عنه رسوله ، وبذلك تتوجه حياة الفرد نحو الكمال في طريق الإسلام للحق الذي يؤكد وحدة الحياة البشرية رغم ما يبدو فيها من صراع ونزاع . وبذلك يتجاوز الفرد المسلم في علاقته تعدد الأمم ،

والطبقات ، وتوقع البشر ، واختلافهم ، ويسعى لتحقيق المثل الأعلى مسلماتاً فوق كل ذلك .

والتالي : أن الإسلام نظام علمي للحياة يواجه الإنسان بنفسه لولا ثم يضع له المثل الأعلى الذي ينبغي أن يتخذى به ، ويسعى لتحقيقه في واقع حياته .⁽⁴⁷⁾ (عبد الشكور ، 1997 : 154) .

إن هذا الأمر يمكن النظر إليه من وجهتين أيضاً :

- الأولى : بالنسبة للتعدد حيث يجب أن يتحلى بضبط النفس والتسليم بها إلى أعلى درجات .
- الثانية : بالنسبة للمجتمع بشكل عام سواء كان مجتمع أمة واحدة ، أو مجتمع الإنسانية جمعاء ، حيث يجب أن يسعى لتحقيق وحدة البشر والتغلب بينهم من أجل الخير ، والقضاء على النزاعات والصراعات التي تفرق بين الإنسان وأخيه وتسبب الحروب والنمل وكذلك نبذ التمييز بين الناس بسبب الفروق الطبيعية فتقجة عن التفاخر بالمعصر ، لو اللغة ، أو الثروة ، أو الجاه ، أو المنصب ، و إحلال التفاضل في سبيل الحق والفضيلة محل ذلك ، وغرس روح الإخوة وتوثيق رابطة الإيمان والعقيدة بين الناس مهما اختلفت ديارهم ، مما ينعكس على علاقتهم بغيرهم مع بني البشر تسليماً في التعامل وصدقاً في القول .^{(47)*} (نفس المرجع السابق : 154) .

ماهية جمهور العلاقات العامة وأقسامها واستراتيجيات وتكتيكات الاتصال به

اتضح لنا فيما سبق أن العلاقات العامة بشكل عام تسعى إلى التأثير في الجمهور وكسب ثقته ورأيه لصالح الجهة المعنية به ، ولأن بقدر لأي منظمة مهما كتبت طبيعة أهدافها ونشاطاتها النجاح والاستمرار إذا ما غضت الطرف عن تطلعات و آمال هته الجماهير ، فالعلاقات السليمة أن تسعج نسجاً يجعلها في خدمة التخيير نحر الأفضل إلا بقليل فن هتسة القبول والموافقة .

"ولذا يعتبر الجمهور أهم متغير في عملية الاتصال ، فإذا لم يكن لدى إدارة العلاقات العامة بالمنظمة فكرة جيدة عن طبيعة الجماهير العقلية، والعاطفية وخصائصها الأولية ، سوف يحد ذلك من القدرة على التأثير والإقناع ، مهما كتبت الإمكانيات كثيرة م مهما أحسن اختيار الوسيلة والمضمون" *⁽³³⁾ (حجب ، 1995 : 87) .

ماهية جمهور العلاقات العامة : الجمهور في المفهوم العام يدل على أي رابطة فضفاضة لإفراد تجمع بينهم مصالح مشتركة ، أو قاعدة ثقافية مشتركة ورسائل مختلفة من الاتصال . وهناك من يعرفه بأنه مجموعة من الناس يسئل السيطرة عليهم وتوجيههم و يستلظ المعلومات إليهم ، بحيث يكون سلوك هذا الجمهور في الاتجاه المرغوب فيه .

بل أن هناك من يبالغ ويسرف في القول عند تعريفه للجمهور بأنه كالقطيع تجمعه مساحة واحدة أو مزرعة واحدة ... ليس له رأي واحد أو إجماع واحد... وهو يتحرك طبقاً لما يوجهه إليه الموجهون ، بحيث يصبح أسلوب الإدارة يخاف ممن رهبه ويستسلم لمن يسيطر عليه!! [هذا المفهوم ينبع من فلسفة غربية تهدف من جملة ما تهدف إلى تحصيل أكبر عند ممكن من أصوات الجماهير وكسب الرأي العام اتجاه القضايا التي تخدم جهات معينة] . والجمهور من جانب العلاقات العامة يعرف بأنه : جماعة من الناس يتميزون عن غيرهم بصفات خاصة . كما يرتبط أفرادها بروابط معينة ، وهذه الجماعة تقع في محيط التنظيم ، تؤثر عليه ، وتتأثر به ، أي أن هناك تفاعلاً متبادلاً بين الطرفين ، كما أن هناك مصلحة مشتركة بين هؤلاء الناس وأحياناً يكون هذا المحيط منبئة ، أو إقليمياً ، أو حتى العالم بأسره .⁽³³⁾ (نفس المرجع السابق : 88) .

كما يعرف بأنه : - أي لجمهور - دلالة على جمع من الناس تربطهم مصلحة مشتركة أو مواقف يتل حولها الجدل . وهم ليسوا بالضرورة تجمعهم حدود جغرافية أو طبيعية واحدة .

* زيادة التفاصيل انظر : محند لحدك وفتح القاء الثالث للنسوة العالمية للشباب الإسلامي . المنشق في الرياض أكتوبر 1976 بحث بعنوان (الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية النظرية والتطبيق) .

• لدى المؤلف كتابان من نفس العام 1995 .

وهو ما يؤكد الباحثون من أن الجمهور مجتمع أفراد كبير سواء اجتمعوا في بقعة محددة ، أو لتتروا في مساحة واسعة ، وهم لا يعرفون - في كثير من الأحيان - بعضهم البعض شخصياً ، بل يستجيبون لمصالحهم المشتركة ، وهذا ما يساعد على انبثاق رأي علم ، نحو قضية أو مسألة معينة يشتركون فيها⁽¹⁵⁾ (الفكري ، 2001: 217) .

أقسام جمهور العلاقات العامة

للارتباطات مستويات ومجالات عديدة ، فالعلاقات العامة لأي فرد عامل أو منظمة ، تنقسم تبعاً لذلك إلى :

• العلاقات الداخلية بين أعضاء المنظمة نفسها .

• العلاقات مع الجماهير خارج المنظمة من مؤيدين ، أصقاء ، معارضين ، محايدين ، ومعارضين .

• العلاقات العامة مع وسائل الإعلام المختلفة .

• العلاقات العامة مع الهيئات ، والمؤسسات الرسمية والحكومية .⁽¹²⁾ (السائق ، 1987: 126) .

ولا نريد أن نخش في تفصيل دقيقة لتصنيف الجماهير التي تتبلن وتختلف من منظمة لأخرى ، فمن المعروف أن لكل منظمة

جمهورها الذي يشيع أو يقل حسب طبيعة عملها وحجم معاملاتها وتنوع هذه المعاملات .*

أقسام جمهور العلاقات العامة في المنظمات الإسلامية الدولية

تنوع جماهير المنظمات الإسلامية الدولية حسب طبيعة نشاطها واتساعها في العلم ، وأهدافها ، وشخصيتها القانونية* ، غير أن

هذه المنظمات تتفق مع أي منظمة أو هيئة أخرى بأن لها جمهوراً داخلياً وخارجياً .

• الجمهور الداخلي : يمثل بوابة العبور إلى بناء وتدعيم علاقات جيدة بجمهور خارجي ، وهو يتكون من :

• الأعضاء المنتسبين للمنظمة : وهم يشكلون المجلس الأعلى للمنظمة ، وهم الفئة الأولى لجذب أعضاء جدد لها ، كما أنهم الأكثر تحمساً لأهدافها ، والأقدر على تعميمها على معارفهم وإيصالها إليهم .

• الهيئة الإدارية : وهم كفة العاملين بالمنظمة في المستويات الإدارية المختلفة ، والعاملين في الفروع والمراكز التابعة للمنظمة في الأقاليم المختلفة .⁽⁹⁸⁾ (تلوي ، 2006: 2)

وتمثل " الجماهير الداخلية جماعة الأفراد التي تربط بينهم وحدة اجتماعية ينتمون إليها ، ويتكون لها الولاء ، ويتميز الجمهور الداخلي

بقدر من الاستمرار والثبات نتيجة لتواجدهم داخل بناء تنظيمي له قواعده ونظمه ، بما يكل خلق المواقف الاجتماعية المشتركة بين أفراد الجمهور الداخلي"⁽⁴⁴⁾ (علم ، 2002: 100) .

وبلاحظ أن كل منظمة تعد بمثابة تنظيم للعلاقات الإنسانية ، وكل فرد له مكان في التنظيم له حقوق وعليه واجبات ومسؤوليات وله

علاقات مع الآخرين ، وتلعب العلاقات العامة دوراً كبيراً في التفاعل مع الجمهور الداخلي للمنظمة . ولكي نفهم هذا الدور الهام للعلاقات العامة في التحضير للعمل علينا أن نفهم ما هي الحوافز التي يرغبها الجمهور ، وما هي طبيعة الحاجات التي يمكن أن تتحقق من خلال هذه

الحوافز والتي تلعب العلاقات العامة دوراً هاماً فيها .⁽¹²⁾ (السائق ، 1987: 14) .

• الجمهور الخارجي : يمثل الجمهور الخارجي للمنظمة الإسلامية الدولية في كل من سيتلقى الرسائل الاتصالية التي توجهها المنظمة

خارج إطارها التنظيمي ، وهذا يعني أننا نجد أن هناك نوعين من الجمهور الخارجي هما :

* زيادة التفاصيل في هذا الجانب انظر :

المدخل الأساسية للعلاقات العامة ، المدخل الاصل ، محمد منير حجاب و سحر محمد وهي (الناشرة : دار المطبوعات والنشر والتوزيع ، 1995 ف) .

* الشخصية القانونية : تعبير يقصد به اهلية الشخص الطبيعي ، أو الاعتباري في اكتساب الحقوق وتحمل الالتزامات والقيام بالتصرفات القانونية . زيادة التفاصيل انظر : عبدالسلام صالح عرفة ، التنظيم الدولي . (طرابلس : منشورات الجامعة المفتوحة ، 1997 ف) .

○ **الجمهور الخارجي المباشر** : وهو المستهدف من رسائل التي يقوم بها أصحابي العلاقات العلمية في المنظمة ، وعلى هذا الأسس يمكن تحديد الجمهور الخارجي المباشر للمنظمات الإسلامية الدولية العاملة في ميدان الدعوة الإسلامية في :

○ **المجتمع الدولي** : وهو يضم كافة دول العلم ، وهينة الأمم المتحدة وما ينور في فلكها من المنظمات الدولية والإقليمية وغير الحكومية .

○ **الجيلات المسلمة في الخارج** : حيث تقوم المراكز الإسلامية والمساجد التابعة لهذه المنظمات بتوجيه رسائل تصفية إلى تلك الجليات فيما يتعلق بالعبادات والمعاملات في ظل الظروف الخاصة بتلك البلدان العلمية لحماية تلك الجليات من النوبان في تلك المجتمعات ، بالإضافة إلى دور تلك المراكز في شفاء عن الإسلام وتصحيح صورته !!

○ **جمهور المجتمع المحلي** : وهو جمهور المجتمع أو الدولة التي يقع فيها مقر المنظمة ، أو المراكز والتفرع التابعة لها في بلد إسلامي أو غير إسلامي ، وهي بمثابة - أي جماهير المجتمع المحلي - دعم لهذه المنظمة في مسيرتها الدعوية ، بما تقدمه لها من دعم مادي ومغزوي .

• **الجمهور الخارجي (غير مباشر)** : وهو الجمهور الذي يتوقع أن يؤثر فيه الجمهور الخارجي المباشر [مثل اهداء بعض أصحاب الديارات الأخرى ، نتيجة علاقتهم مع الجليات الإسلامية ، إذ يمكن أن يصبح هؤلاء فيما بعد الجمهور الخارجي المباشر للعلاقات العلمية بالمنظمة الإسلامية الدولية] .⁽¹¹⁾ (لوسع ، 1998 : 136)

(استراتيجيات الاتصال مع جمهور العلاقات العامة)

في الحقيقة إن البحث في إيجاد أو تطوير استراتيجية للعلاقات العلمية في إطار المنظمات الإسلامية الدولية العاملة في مجال الدعوة الإسلامية أمر في غاية الأهمية ، فهي مهمة إسلامية بدرجة الأولى وتصتقية في الوقت ذاته ، ولا سيما في وسط هذا التقدم الهائل في تقنية الإعلام والاتصال وثورة المعلومات على المستوى العلمي والإقليمي ، ووسط هذه الظروف الصعبة التي تمر بها الأمة الإسلامية ، والتحديات الفكرية والاقتصادية والسياسية !!

• **مفهوم الاستراتيجية** : الإستراتيجية كلمة اشتقت من الكلمة اليونانية إستراتيجوس التي تطلق على قائد الجيش ، ويكاد يجمع كافة الذين تناولوا هذا الموضوع أن الاستراتيجية منهاج للتفكير تقتضيه التبدل أو الزعامة ، وإنها عادة في التفكير ، وإنها القدرة على التفكير في المشكلة بأسرها تفكيراً شاملاً جامعاً بما في ذلك مستقبل المشكلة بعد التوزر أو الهزيمة .⁽¹⁸⁾ (برنيز ، 1967 : 195) .

وتعرف الإستراتيجية في إطار المنظمات بأنها : " برنامج واسع لتحقيق أهداف المنظمة وتحقيق مهمتها . وتتركز على الإستراتيجيات على شدة الانتباه والمساعدة على تلميس جهد منسق ومركز ، فهي تقوم بتحويل الأمور المرغوب فيها إلى شيء قابل للتنفيذ ، وتستخدم عادة كلمة إستراتيجيات بدلاً من إستراتيجية عند بعض من المختصين انطلاقاً من أن عملية التخطيط وإدارة المنظمة يحدثان في وقت ديناميكي حقيقي ، إذ ليس هناك إستراتيجية واحدة ينكها أن تتجح في كل المواقف . فتتداخل بين مواد المنظمة وموظفيها ، وكذلك تتقدم من المتولذين يفرض على العاملين في (العلاقات العلمية) أن تكون لهم إستراتيجيات عديدة ، ففي وقت معين سيستخدم هؤلاء أفضل إستراتيجية ، أو خابض من الإستراتيجيات لمواجهة موقف معين ، وهذه الإستراتيجية الاتصالية يجب أن تكون مرنة ديناميكية ، تتشى مع أهداف المنظمة " .⁽¹¹⁾ (لوسع ، 1998 : 184) .

وبالرغم من الظفرة العلمية والتقدم الهائل في وسائل الاتصال الجماهيري والتي نبوت مكثفة كبيرة فيوم لدى مروجي الأينولوجيات والمصالح الذاتية ، لأنها مكنتهم من السيطرة على فكر الجماهير وعقولهم والتحكم في إدراكهم وزرع الاتجاهات العقلية التي تخدم مصالح هذه الذات ، إلا أن الدراسات العلمية أثبتت أن هذه الوسائل لا تستطيع وحدها أن تحقق التثثير المطلوب لتعديل الاتجاهات وتوجيه السلوك ، لأن وسائل الإعلام بصفة عامة تضطلع أسساً بمهمة الإبلاغ ، أما التغيير وتبني الأفكار فتجندية فهو في حاجة إلى إستراتيجية علمية خاصة ، ولن كانت تبدأ بالاتصال الجماهيري كمرحلة أولى من مراحل خطة العلاقات العلمية ، ولكنها لا تسقط من حسابها الاتصال المواهبي المباشر كعمل أساسي لتكوين الاتجاهات وزرع الأفكار وبث المفاهيم التي يشتمل عليها أي مذهب ودين ، وهذا ينطبق على الدعوة الإسلامية ، حيث يجب أن يوضع في الإستراتيجية الدور الكبير الذي يمكن أن تقوم به المراكز الإسلامية في الدول الغربية ، في سبيل

تحقيق الاتصال المواجهي مع الجاليات المسلمة والمسؤولين وفواد الرأي في هذه البلدان ، مما يساعد على نشر الدعوة وتصحيح المفاهيم الخاطئة عن الإسلام .

وعليه يجب على المنظمات الإسلامية الدولية - العطللة في مجال نشر الدعوة الإسلامية - أن تقوم بإعداد استراتيجية للعلاقات العلمية تكون فيها عدة مراحل ، كل مرحلة تختص بالأغراض التي وضعت لها .

• المرحلة الأولى : تقوم أساساً على دراسة واستكشاف طبيعة المجتمع الذي تعمل فيه ، مثل التعرف على نوعية الجماهير ، ومستوياتهم الفكرية وحالاتهم الاقتصادية ، وأوضاعهم الاجتماعية ، وطبيعة النظم الذي تحكم حياتهم ، ونوعية المعارف السائدة بينهم ، لهذا يجب أن تقوم دراسة على النهج العلمي السليم ، ومستخدمة أدوات البحث اللازمة من خلال كوادر متدربة على هذا العمل العلمي .

• المرحلة الثانية : وضع الخطة العلمية التي تأخذ في اعتبارها كافة المتغيرات الضرورية ، التي تكفل الوصول للجماهير و تزويدها بحقائق الدين الإسلامي بحق وذكاء ثم التأثير فيها ومتابعة كل جديد يطرأ على هذه الجماهير .⁽⁵⁰⁾ (عبدالمطعم، 1990: 13-14) .

كما يجب " أن يأخذ في الاعتبار توظيف كافة وسائل الاتصال التي تصلح لكل شريحة باستخدام التخطيط الإعلامي المتقدم على لسان عليية . والذي يأخذ في الاعتبار التقسيم الجغرافي والمعتدي لجعل من الإعلام أهمية في التأثير على الجماهير ، وتنفيذ الأهداف المرغوبة " (68) (أخبار: 1995: 95)

• المرحلة الثالثة : وحيث يتم فيها تقييم ما تم إنجازه من أهداف المنظمة واستكشاف الإيجابيات والسلبيات التي نجمت أثناء التنفيذ ، ووضع النقاط على الحروف لتفادي السلبيات ودعم الإيجابيات للاستفادة منها في المستقبل ، وتقديم المقترحات التي تعالج جوانب الخلل ، ورفع عجلة العمل وتحقيق استمرارية النشاط والأنوار المتميزة⁽⁵⁰⁾ (عبدالمطعم، 1990: 14) .

يمكن القول: أنه إذا ما نفذت هذه المراحل بشكل دقيق فبها ستؤتي ثمرها وتنتجها الإيجابية التي تمنح المنظمة الإسلامية دفعة قوية إلى الأمام ، وبفتلي نشر الدعوة الإسلامية ، خصوصاً في ظل الظروف المواتية لتنفيذ هذه الاستراتيجية أو الاستراتيجية - بل رغم من الحلة لثرة ضد الإسلام والمسلمين - حيث تعد المجتمعات الغربية أرضاً خصبة لنشر الدعوة الإسلامية ، فمن هذه الظروف المنسبة على سبيل المثال لا الحصر: الحرية الدينية وحرية الرأي: يسمح النظام التثري التي الذي يحكم مسيرة الحياة كلها في المجتمعات الغربية بمساحة معتدلة من الحرية الدينية ، ويقض المجال لحرية الرأي إلى مدى بعيد ، وبفتلي يسمح لنوعي العقائد بممارسة شعائرهم الدينية والتعريف بها والتعرض لها والتزود بالمعلومات والأفكار ، ولا يمنع اعتناقهم لها دون حساسية أو قهر .

• التحسر المعارف الإسلامية وتعطش الجماهير للمعرفة وخصوصية التربية العلمية نموها تعاني المجتمعات الغربية - بصفة عامة - من نقص المعلومات والحقائق الموضوعية عن الدين الإسلامي ، بالرغم من رغبة الجماهير في التزود بمعلومات حول هذا الدين الذي يعتنقه ميلير ونصف الميلير من البشر ، حيث أن أغلب هذه الجماهير لا تعرف من الإسلام إلا ما سمعته أو تشاهده من وسائل الاتصال ودوائر المعارف الأجنبية .⁽⁴⁸⁾ (عبدالمطعم، ب.ت: 132-134) .

• طغيان الجانب المادي والغيب شبه التلم للجوانب الروحية : وهذه حقيقة هامة إيجابية تعطي أملاً كبيراً للمسلمين إذا ما أحسنوا استثمارها والاستفادة منها وتوظيفها في الجوانب الدعوية والإعلامية ، فالحضارة الغربية بنيت على العقل وحده وخاصمت الدين وعزلته عن السيلسة وعن واقع الحياة الاجتماعية نتيجة ظروف معينة ، فصلرت الآن تعاني من فراغ روحي وهي من الحقائق التي لا مراء فيها ، وقد ترتب عليها - أي مشكلة الفراغ الروحي أقل اجتماعية سيئة .

• ازدياد المصلح التي تربط العالم الغربي بالعلم الإسلامي: حيث إنه بالرغم من الوهن الذي تعاني منه الأمة الإسلامية اليوم مع غياب الرابطة القوية التي تجمعها سلبياً ولتصلياً وحتى عسكرياً فإن الولايات المتحدة الأمريكية عندما بنات حشيتها العسكرية ضد أفغانستان تحت شعار محاربة الإرهاب كانت حريصة على عدم استثناء الدول الإسلامية ، ومن ثم فإن كثير من الساسة الغربيين قد تسلبوا عن

* الإعلام في الدول العربية يقوم على نوع من التحكم المركزي على ما يشهده المعمور من مميزات وأراء وذلك بلحاح التمسك والتسبيل: أي السيطرة على ما يكثر فيه الفرد والنش ، ويمنع نشته في صحته، حراً وبيئياً ، بما يسمح من حرية الشكينة والتعبير ، تلك في حقيقة الأمر إحدى أسباب الأزمات التي تشهدها الدول العربية ، لا شك أن هناك مستفيدين من هذه الصورة السلبية عن الإسلام والمسلمين ، وفي نفسهم مثلاً ووسائل الإعلام المصنوع تعرضهم على مفاهيم جذابة لتتنوع لا تتنوع!!⁽⁶⁹⁾ عندئذ التركي . النظم العلمي الحديث ودور الإعلام في عرض صورة الإسلام (www . 4new muslims . org 2005) .

تقديرهم للدين الإسلامي واحترامهم للمسلمين [وغيره يجب على أجهزة العلاقات العامة والدعوة الإسلامية في المنظمات الإسلامية توظيف مثل هذه التصريحات لخدمة استراتيجياتها] . (45) (عبد الرؤوف ، 2002 : 47-48) .

وبالتأكيد فإن هذه المعطيات ليست الوحيدة فهنالك العديد منها والمزيد إذا ما تمت دراستها بشكل جيد . *

كما أنه يمكن توضيح مجموعة من الخطوات العلمية التي تسهم في دعم وتنفيذ استراتيجية نغدة وفعلة لعمل العلاقات العامة الإسلامية الدولية في إطار المنظمات الإسلامية العاملة في مجال الدعوة الإسلامية تبدأ بدعم الإسلام منها :

- إنشاء المراكز المتخصصة لدراسة المشكلات التي تواجهها المجتمعات الإسلامية وتحليلها وتفكيك عناصرها ، وتحديد المقومات الذاتية الضرورية لحل هذه المعضلات ، مع الاستفادة من التجارب الشرقية والغربية في حلها .
- العمل على تحقيق التعاون بين الشعوب الإسلامية والمنظمات العاملة في مجال الدعوة الإسلامية على المستوى العلمي ، من خلال تأسيس رؤية موحدة في كل المجالات .
- وضع خطط بعيدة المدى لمواجهة التحديات على مستوى كل دولة على حدة ، وعلى مستوى العلم الإسلامي وصياغتها ضمن برامج وخطط مرحلية .
- إيجاد نظام إعلامي إسلامي قوي يعكس واقع النظم العلم للأمة الإسلامية . (29) (حجب ، 2004 : 132)

أساليب (تكتيكات) الاتصال مع جمهور العلاقات العامة

التكتيك في العلاقات العامة هو الاستخدام الحائز للأدوات والوسائل التي يستعمل بها في نقل الأفكار ، بقصد تهيئة أذهان الناس لتقبل فكرة معينة تلبأ حسناً ، على اعتبار أن ذلك جزء من برنامج شامل علم .

والخطوة الأولى للناجحة لتكتيك في أي ميدان هي الإلمام بما لديك من إمكانيات بشرية ومالية . ولا بد في كل ميدان من تنظيم الوسائل على خير وجه سواء فيما بينها ، أم بالنسبة للأهداف التي يراد تحقيقها ، ولا بد من توزيع تلك الوسائل وفقاً لخطوة حسنة الإعداد من شأنها أن تمكن واضع التكتيك من أن يستغل كافة إمكانيات الوسائل التي تحت تصرفه استغلالاً كاملاً . (21) (بيريز ، 1967 : 203) .

ولما كان الغرض من ممارسة العلاقات العامة هو إقامة طريق مزوج للاتصال بين المنظمة وجمهورها ، ويجد الحن لمشكلة اختلاف الاهتمامات والمصالح ، والبحث عن أرضية مشتركة أو منطقة اللقاء للمصالح المتبادلة والقواسم المشتركة بين المنظمة وجمهورها المختلفة وتأسيس متناغم قائم على الحقائق والمعلومات الكاملة كل من الضروري تنوع الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة لتحقيق هذا الهدف بشكل دائم وفقاً لنسبة المنظمة وسبلتها وحجم الجمهور المستهدفة ونوعية وظروف المجتمع الذي تتواجد فيه المنظمة أو فروعها .

بالإضافة إلى تنوع الوسائل والأساليب المستخدمة في عملية الاتصال والتي تتناسب مع ظروف كل موقف حيث نجد المنظمة نفسها أمام كم هائل من هذه الوسائل ويصبح التسؤل هو ما الذي يمكن اختياره . هل تقوم بإرسال خطيب ، أو إجراء مقابلة شخصية ؟ ، أم بوسائل متكررة ؟ ، أم إنشاء ملاحظت ؟ ، أم إصدار تعليمات ؟ . هذا على مستوى الجمهور الداخلي ، وكذلك ينظر التساؤل على مستوى الجمهور الخارجي عما يمكن اختياره ، هل بكتابة مقل في الصحف الكبيرة ؟ أم إعداد برنامج تلفزيوني أم إذاعي أو فيلم ؟ ، أم عقد معرض سنوي ؟ أم عقد مؤتمر ؟ ، أم استخدام أي وسيلة أخرى من وسائل الاتصال ؟ (15) (فكري ، 2001 : 97) .

وفي إطار المنظمات الإسلامية الدولية - العاملة في مجال الدعوة الإسلامية - ينبر مهمة التكتيك للاتصال بالجمهور ليست أمراً هيناً ، نظراً لاتساع رقعة الجمهور المستهدف من قِبل هذه المنظمات ، وكذلك المتغيرات والتحديات المعاصرة على الساحة العالمية ، وكذلك التطور السريع في وسائل الاتصال والتكنولوجيا التي فرضت نفسها وأصبح لكونها قربة علمية . كل هذه الاعتبارات وغيرها تضع

* زيادة التفصيل انظر :

- دراسات في الإعلام الإسلامي (1) استراتيجية الإعلام الإسلامي . جمال الجعفر (القاهرة : دار السعادة للطباعة ، 1995 ف) .
- الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي ، مصر الدين عبدالعليم . (القاهرة : دار الفكر العربي ، ب . ت .) .

خبراء العلاقات العامة والإعلاميين في هذه المنظمات أمم مهمة جيلة تحتاج إلى دراسة معمقة ليذم المتغيرات والأحداث ، واستخدام حقائق لما أفرزته ثورة المعلومات من وسائل عديدة.

وعليه يتوقف اختيار وسيلة الاتصال الدعوي المناسبة على عدة أسس منها :

- مناسبة الوسيلة تفكرة الدينية : فليوم ترخر فاسحة الإعلامية بوسائل متعددة لكن عنيا إمكانية وتوقيتها المناسبة للاستخدام حسب الظروف .
- تحديد الأهداف : ويعني تحول الفكرة إلى هدف اتصلي محدد يدور حول حاجات الجمهور ، ويساعد تحديد الأهداف على اختيار الوسيلة المناسبة من ناحية ، وعلى تحديد ما سوف تهتم به هذه الوسيلة من خلال تنظيم وترتيب محتوى الرسالة لتحقيق الهدف المحدد .
- مراعاة حاجات ومطالب الجمهور : إن عدم المعرفة الجيدة بالجمهور وخصائصه و أذانه الاتصالية واحتياجه يؤدي بالفتلي إلى الفشل في اختيار الوسيلة المناسبة .

• مناسبة الوسيلة للقدرات الاتصالية للمرسل : يتوقف اختيار الوسيلة المناسبة على مدى توافر المهارات والقدرات الاتصالية المتعلقة بالوسيلة لدى المستخدم لها (30) (حجب . 2004 : 212-213) .

- التخصص العلمية للوسيلة : يتحدد الاستخدام الأمثل للوسائل بالإضافة إلى العوامل السابقة ، بالتخصص العلمية التي تتميز بها الوسائل ، وبخاصة حينما تطبق بين هذه الوسائل ومدى ملاءمتها للأهداف وتتسببها للجمهور ، والموارد والطاقت المتاحة ، وذلك على النحو التالي :
- انتشار الوسيلة : تعني مدى فترة الوسيلة على الانتشار وتغطيتها لقاعات واسعة وتلبيها لاحتياجات الفئات المختلفة من الجمهور ، والطبقات المقصودة من الاتصال .

- سرعة الوسيلة : وتعني قدرة الوسيلة على توصيل رسالة خبير العلاقات العامة إلى الجمهور في الوقت المناسب ، وتختلف وسائل الاتصال في سرعة نقل الأحداث فتأتي الإذاعة المرئية والمسموعة والانترنت في المقدمة ، ثم تليها الصحف والمجلات التي تستغرق فيها دورة سريان المعلومات وقت أطول . ومع أن عامل السرعة مهم في تبليغ الرسالة الإعلامية إلا أن خبير العلاقات العامة قد يختار أو يفضل وسيلة بطيئة الأداء نوعاً ما مثلاً : كالكتاب لتقديم موضوعات تحتاج إلى تمحيص ومراجعة... أما عندما يرغب في تفسير الاتجاهات فيستخدم الاتصال الشخصي ، أو الجمعي كالمندليات والندوات والمحاضرات .

- المشاركة والتجاوب ورجع الصدى : هو أحد الخصائص للموازنة بين الوسائل الاتصالية باعتباره أحد العوامل التي تؤدي إلى نجاح الرسائل الإعلامية وتقوية أثرها ، ويلاحظ أن التجاوب يتناسب عكسياً مع السرعة والانتشار فلوائل السريعة كالإذاعة المسموعة والمرئية أقل في التجاوب من الوسائل البطيئة كالمحاضرات والندوات (33) (حجب ، 1995 : 134-135) .

- العمر الافتراضي : تختلف الوسائل الاتصالية في عمرها الافتراضي لبناء الرسالة الإعلامية، فبينما تتصف المؤسسات التي تتبنى توصيل دلالات معينة كالمراكز الإسلامية والمساجد بتبقاء عشرات السنين ، وتتصف وسائل إعلامية أخرى بالتقاء لفترات أقل كالسينما، ثم الكتب . ثم المجلات ، ثم الصحف .. وغيرها . وخبير العلاقات العامة مطبب باختيار ما يوافق طلبه .

- كثرة العرض وتكراره : الاستخدام المتكرر لوسيلة ما في موضوع واحد ، فلكتب الدينية مثلاً تسمح بتكرار العرض في حين أن وسائل أخرى كالمحاضرة والخطبة مثلاً لا تعالج الرسالة إلا مرة واحدة . ولكن يمكن من خلال النشر الإلكتروني (كوسائل السمية والبصرية ومواقع الانترنت) الاحتفاظ بهذه الميزة للخطب والمحاضرات .

- التأثير المباشر : ويعني المفضلة بين الوسائل من حيث القدرة على مخاطبة الجمهور العام أو مخاطبة فئة مقصودة ، فلكل وسيلة جمهور معين ، ولكل جمهور عادات سمية ، وبصرية ، وقرآنية .

- مكلفة الوسيلة : أي السمعة والشهرة والثقة التي تتمتع بها الوسيلة ومصداقيتها ... فهذه المكلفة تؤثر على مستوى الوسيلة وما تنتمه من الرسائل .

• السيطرة على الوسيلة : فسهولة استعمال الوسيلة تيسر تكرار استخدامها ، مثل صحيفة المنظمة حيث يستطيع جمهور المنظمة قراءتها في الوقت الذي ينصلونه بخلاف المحاضرة التي لا يستطيع السيطرة على وقت التعرض .

إمكانية اختيار الموقع : كما هو بالنسبة لبعض الوسائل كالمصنقات الخرجية ... تسمح باختيار الموقع ... فيساعد هذا على مخاطبة جمهور

معين ، وهذا عامل مهم لإحداث الأثر الموجه المبتنر (33) (نفس المرجع السابق : 136-137)

-موازنات الاختيار المبدئي للوسيلة : في إطار المقومات أو العناصر السابقة يختار خبير العلاقات العامة في المنظمة الدعوية الوسيلة التي تساعد على تحقيق الأهداف والبرامج بأكثر كفاية وبأقصى سرعة وبأقل تكاليف ، أي يجب أن يراعى الآتي :

• في إطار هيكلية المحتنة .

• أن تكون الوسيلة اتصالية .

• في إطار ما هو متاح بالفعل .

وإن يرتبط الاختيار ببرنامج يتضمن :

• وقت البرنامج وتوقيتات المحدث لاستخدام الوسائل المختلفة .

• نوع ومرآحل تطوير البرنامج ، فربما تستخدم وسيلة كالصحافة في مرحلة وتستخدم المحاضرات ، والندوات ، والمنقشات في

مرحلة أخرى . فلا بد من أن توزع استخدام تلك الوسائل على مختلف مراحل البرنامج * (33) (نفس المرجع السابق : 317) .

من خلال تحليل المقومات السابقة يقترح خبير العلاقات العامة الوسائل الاتصالية المناسبة ، ويقارنها بالوسائل الأخرى التي يمكن أن

تصلح لتحقيق الأهداف نفسها ، ولكن بقي ترتيبها عند الاختيار في مرتبة أقل . من خلال ذلك يتحقق خبير العلاقات العامة في المنظمة الدعوية من سلامة اختياره للتكتيكات المناسبة لتحقيق أهداف برنامجه الاتصالي والتأثير على الجمهور المستهدف .

وأخيراً تجدر الإشارة هذا إلى أنه ولكي تؤدي العلاقات العامة الإسلامية دورها من خلال المنظمات الإسلامية الدولية أن تسعى من

خلال إعلامها الإسلامي إلى تحقيق ما يلي :

• غرس المحبة والإيثار والمودة بين أفراد المجتمع الواحد .

• تحسين العلاقات والروابط بين المجتمعات على المستوى العالمي .

• شرح حقيقة الصراع العربي الإسلامي الصهيوني للعالم .

• ترسيخ قيم العفو والتواضع بين المسلمين .

• التأكيد على ترسيخ قيم العدل والوفاء بالعهد

• أن تتوجه بالكلية إلى الجيل الجديد قبل التفتت لأنه أمل المستقبل وعنده ، وهو المستهدف من الإعلام المعادي ، ولا يمكن تحقيق هذه

التصالي إلا من خلال الآتي :

• الدعوة بالكلمة الطيبة والأسلوب الحسن والبعد عن التجريح وشتم الآخرين .

• التأكيد من خلال الإعلام على وضوح الدعوة الإسلامية ووضوح مضامينها ، ولهذا لابد من إعلام واضح المضامين .

• الأخذ بالمنهج العقلي الذي تقوم عليها الدعوة الإسلامية في تقديم إعلامنا للآخرين قل : تعلى ﴿كَذَلِكَ نَفُصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴾ (سورة الروم الآية

(28

• الإسلام دعوة إلى العلم وهو رسالة حضارية قل : تعلى ﴿ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴾ (سورة طه الآية 114) . وعلى هذا فلا بد من أن يكون

الإعلام الإسلامي إعلاماً علمياً وحضارياً .

• ضرورة معرفة أن الدعوة إلى الله فريضة واجبة على المؤمنين أجمعين⁽¹³⁾ (الأيوبي ، 20 : 4241) .

* لزيادة التفصيل والتوضيح أطر :

- المناخل الأسلمية للعلاقات العامة . محمد منير حجاب . سحر محمد وهي (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع : 1995 ف) .

- تمديد الخطاب النبوي في ضوء الواقع المعاصر . محمد منير حجاب (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع : 2004 ف) .

يقول: تعالى ﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴾ (سورة الحجرات: الآية 12). بلا منقبات ولا تردد نقول: إن الإسلام - وحسب ما جاء في دستورهِ الرباني - يضع الإنسان في موضعه الذي يتطلبه، فلا تسعده عقيدة أخرى أصح وأصلح له من عقيدة القرآن. لأن عصر العلاقات العلمية [والمعلمة] لا يتطلب مواطنًا أصح وأصلح من الإنسان الذي يؤمن بالأسرة الإنسانية، ويستنكر لبطيل العصبية ومفانخر للعنصرية ليعترف بحق واحد متفق عليه في كل أرض وبين كل عشيرة أدمية، وهو فضل الإحسان في العمل واجتباب الإساءة⁽⁵⁸⁾ (العقد، 1969: 162).

إذا فلتعارف الإنساني هو لمن أسس العلاقات العلمية والإنسانية في الإسلام، وهو المبدأ الملوي للصراع بلشكاه وأنواعه قديما وحديثا ولئن كانت أسبابه والعوامل والمثيرات المؤدية إليه، سواء عنها ما كتبت عينا مقللا للأذهان، أو من إحياء فنون الذي ينسج في خيل المتبنيون بحتمية الصدام اليوم بين الحضارات إغلافاً منهم في استشراف المستقبل، والبحث عن كل جديد!!

فلن يكن شك في الجديد المجهول، فالأحوال المكشوفة للنظر تتبنا لن القديم غير القديم، وأن التغيير الذي طرأ على القديم إنما هو التقرب المطرد بين أجزاء العلم، وهذا التشابك المتغلغل إلى الأعمال في مصلح الأمم والجماعات، وهذه الوحدة العلمية التي لا تنفصل فيها جماعة من الناس بخطر يصيبها ولا يصيب معها القريب وشعب من جماعات شعوباً كتبت أو طوائف وطبقت.

بقي الصراع بين الأمم، وتغير منه أنه كان بالأسس صراعاً بين أمتين لتغيب احدهما على العتم المعمور حول الأمتين [...]. فالصبح اليوم صراعاً بين [الغرب وأيديولوجيته الليبرالية العلمانية، وبين الإسلام وعقيدته المستمدة من الوحي الإلهي الخالد] ومصير هذا الصراع هو الغد للمجهول الذي يطبع الإنسانية بأحدى حقتين: وحدة عالمية تجري فيها تسامير الحكم والتفكير والأخلاق على "سنة" القضاة، والتسلح ولو بين المتخالفين في تفصيلات هذه التسامير، أو حرب جائحة تزول بثقلها والآداب النفسية والعقلية إلى الشتات والانتكاس وتعود الأمم إلى أوائل شوط جديد يعيدها كرة أخرى إلى جاهليتها المتروكة منذ دهور!!⁽⁵⁸⁾ (نفس المرجع السابق: 164).

بهذا الاستهلال يمكن أن نضع استهلامات تكون بمثابة نقطة التقاطع والتفصيل حول موضوع العلاقات العامة الإسلامية وتعارف الإنساني الذي اتخذ أي تعارف الإنساني - شعرا الكثير من الثورات والمؤتمرات الإسلامية.

نلموا لتعارف الإنساني؟ وما لتعارف الإنساني في الإسلام؟ وما هي آلياته؟

من المصطلحات التي لاقت رواجاً إعلامياً كبيراً، واعتبرت تفسيراً لما يجري على الساحة الدولية من صراعات، بل استخدمت كل أدوات الجزم لإثبات حتمية ما يدل عليه هذا الاصطلاح من معنى الأ وهو "صدام الحضارات"!.

في الحقيقة إن الإشكالية التي يطرحها مصطلح صدام الحضارات ليست جديده فهي مسئلة تتدرج ضمن عرحة معينة في مسر سيلست موعلة في القتم، و لأن منطق الصراع والحرب كفن عبر الأزمنة هو المنطق السائد في الفكر العلمي والغربي بصفة خاصة!⁽³⁸⁾ (زنتي، 2006: 6).

ولكن هناك تساؤل يمكن طرحه - في هذا السياق - وهو: ما للحضارات التي يقال أنها ستتصارع الآن؟ لكي يجاب عن هذا السؤال يحسن الانتفا على تعريف لكلمة الحضارة.

يعرف أحد المفكرين في العصر الحديث الحضارة كالآتي: هي العادات والمعلومات والمهارات والحيلة العلمية والخاصة في السلم والحرب والدين والعلم والفن وتتمثل في نقل تجارب الماضي إلى الجيل الجديد، والحضارة مكونة من جوهر ومظهر، أما الجوهر فهو معتقداتها وقيمتها وأنماط السلوك الشائعة فيها. وأما مظهرها فهو إنجازاتها العلمية من قوة عسكرية واقتصادية ونظم السياسة والعمران، والحضارة بهذا المعنى مفهوم محايد لا يدل بنفسه على مدح أو ذم. أما الحضارة في نظر واضع أطروحة الصدام هذه فهي: كبريات تقنية وسوف يكون لها أهمية زائدة باطراد في النزاعات الراهنة، والمقبلة فالحضارة هي لوقى مجتمع ثقافي لشعب ما، وأوسع مستوى للهوية الثقافية والتي يتميز بها البشر وتميزهم عن غيرهم من الأنواع ويتحدد معناها على أسس كل من عنصر الموضوعية مثل: اللغة والتاريخ

والدين والأعراف، وهنوسست، أو على أسس التعريف الذاتي بنفس. ويعتقد -أي من وجهة واضع أطروحة صدام الحضارات - أن الحضارة الغربية هي الحضارة الكونية، بينما غيرها حضارات إقليمية، ولذلك فهو يرى أنهم انحرفوا عن مجرى الحضارة لأنهم لم يقوموا بالتفكير الجدي في معنى الحضارة. [وعلى هذا الأسس بنى صاحب هذه النظرية حتمية الصدام، والتي أعلنها في كتابه صراحة، وهي: لن تصراع المقبل للحضارة الغربية سيكون مع الإسلام]! (38) (نص طرح لسبق: 21).

الصراع بين الإسلام والغرب

إن تاريخ الصراع الفكري بين الغرب والإسلام وخصوصاً في العصر الحديث يوضح بجلاء أن الغرب قدم عدة مصطلحات وليندة بينته، وتحمل معانٍ ومفاهيم خاصة بهم، وأنها خلفية تاريخية لنبيهم قدموها إلى المسلمين لتسقط على بعض جوانب حياتهم، مع لبون التسلسل بين الدين والدين، وبين التاريخ والتاريخ، وبين الظروف، والظروف. ولعل الأمثلة على ذلك مصطلحات مثل: الأصولية، والرجعية، والفقهية،... الخ! (38) (نص طرح لسبق: 22).

فكل هذه المصطلحات ترمز إلى مذهب أو حالة معينة، ولكن يلبي الغربيون إلا أن تنقل هذه المصطلحات إلى المسلمين لأسباب تتفق بفرض التمييز وترسيخ الاستعمار، وفتح أبواب الغزو الفكري عن طريق نشر أفكاره الضيقة والخوف من الإسلام "الإسلامو فوبيا"، والتي تقوم -أي الإسلامو فوبيا - على ثمانية مكونات، نحدد هنا في النقاط الآتية:

- النظر إلى الإسلام باعتباره ديناً وضعياً، وأرضي من الغرب، وبربري وغير عقلاني وبدائي.

- الإسلام دين عنوقبي وإرهابي مهتد للأمن العالمي، وفي صدام دائم مع الحضارات.

- انتقالات الإسلام للغرب غير مقبولة.

- النظر إلى معاداة المسلمين على أنها عادية وطبيعية. (84) (نصر، 2004: 82).

وعليه نلاحظ من خلال هذه المكونات جذور العنصرية في الفكر الغربي، وإنها إحدى أسباب العداء بين الإسلام والغرب!!

العنصرية كأداة فعالة للصراع

العنصرية هي تعصب فرد أو فئة من الناس لجنس أو عرق أو قبيلة أو عشيرة أو دين أو طائفة أو حتى لون بشرة، وبياح من خلالها قتل أو اضطهاد أو ازدياء الفئات الأخرى، بنون وجه حق أو سبب واضح سواء أنها تختلف عنه في عرقها أو طائفها أو دينها أو لون بشرتها!!

من المفهوم السابق نصل إلى نتيجة بالغة الأهمية هي أن الفكر العنصري يزدهر في المجتمع الجاهل والبيئة غير المنشودة، نتيجة عدم معرفة الفرد أو تلك الفئة من الناس بالطبيعة الإنسانية، وبحضارات وتاريخ الأمم الأخرى، وبمعنى آخر الجهل عذر الحضارة.

وبما أن الفكر العنصري مذنب ومعدّل للعقل والحضارة كما تقدم، ويجد في المجتمعات المتخلفة فكرياً وصحياً واقتصادياً مرتعاً خصباً له فلا بد إذن من وجود مستفيدين وأصحاب مصلحة من وجوده ثم استمراره في مكان وزمان معينين وذلك عبر استخدامه كسلاح لخدمة وتحقق مصالحهم الفردية والمادية فقط. (91) (الجلري، 2006: 3).

نرجع إلى نظرية صدام الحضارات ونسبسط قليلاً النتيجة التي توصل إليها صاحب هذه النظرية حيث رأى أن التفاعل بين الإسلام والغرب صدام حضارات، إذ أن لمواجهة انتفاة متكنة حصاً مع تعلم الإسلام، وستبدأ فموجة لكسحة عبر الأمم الإسلامية التي يتكسطن التي تتأصل من أجل نظام عالمي جديد. (95) (برلو، 2002: 1).

ويرى كثير من النقاد والمحليلين أن الصدام بين الحضارات قد بدأ فعلاً بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر عام 2001 ف، وما تبعه من حروب شنت ضد أفغانستان والعراق! كما أن من تبعات هذا الحدث لزيد الحرب المشنة ضد الإسلام ورموزه الدينية، مثل الرسوم

الكاريكاتورية لشخص النبي ﷺ، والتي أهدمت عليها بعض الصحف الغربية تحت مسمى حرية التعبير!! (96) (الغفدي، ب: 1).

الإعلام سبب رئيسي في استمرار الصراع بين الإسلام والغرب (صدره الإسلام في الإعلام الغربي)

يلحظ المراقبون لتراث العلم حول صورة المسلمين والعرب في الثقافة الغربية ، إن هذه الصورة – السلبية - التي يقدم بها العلم الإسلامي كنول ، أو كحكومات ، أو كشعوب تمثل ملهماً أساسياً في الفكر الغربي وتوجهاته نحو النول الإسلامية والعربية على حد سواء! .⁽⁸¹⁾ (طه ، 2001 : 297).

إن هذه الصورة لم تكن وليدة الساعة بل جاءت نتيجة تزيخ طويل من العدا بنة من العصور الوسطى تقريبا عندما " قبلت أوروبا الإسلام منذ ظهوره بمقلومة عنيفة في شتى المجالات وكان رفضها له يكاد يكون شللا في كل الجوانب ، بل كان الحق حدا في كل الاتجاهات !!! " .⁽³⁹⁾ (سزرن ، 1975 : 5).

كما إن حملات الاسترقاق لم تتوقف ، ولم تسلم ، والتي من العجيب فيها الأكلاب التي تقترى و الأضاليل التي تخرع ، والشبهات التي يروج لها دون رادع ديني ، أو رقيب من ضمير ، أو ملع من علم أو حقيقة .⁽³⁾ (لو غيل : 1999 : 15).

إننا بهذا لا نستطيع فصل " الصورة التاريخية " عن عناصرها السلبية ووظائفها التاريخية فالأولى نتيجة للثانية ، والثانية سبب في الأولى وكثيراً ما يحدث العكس . إن تحديد اتجاه العلاقة بين " الصورة التاريخية ، وعناصرها السلبية وبين نوعيتها - ارتباطية أم سببية - يرجعنا إلى بحث القضية سرمنية أيها جاء أولاً البيضاء أم الحاجة ؟ إذ إن هناك فكثير من الشواهد التي تدل على أن القرار السيلسي والحدث التاريخي قد غيرا الصورة التاريخية وبدلاً بعضاً من أجزائها . كما أنه قد تمتد الصورة التاريخية إلى أكثر من مرحلة (عهد) وتصبح ممتدة في أكثر من عصر ، فليس معنى وجود صورة جديدة أن الصورة القديمة قد إختفت أو زالت ولكن معناه أن الصورة القديمة احتلت مكاناً آخر في الذاكرة مكاناً قد لا تسلط عليه الأضواء في وجود الصورة الجديدة أو في بروزها ، أي أن الصورة التاريخية لا تموت ولا تنتشر ، وإنما تختلف الأمكن التي تشغيا أو تختبئ التي تعوق عينا !!⁽⁶⁹⁾ (نا ، 2005 : 63-61).

ويعد الإعلام في كل العصور الأداة الفعالة في إعادة تشكيل قوالب الصورة القديمة ورسم ملامح الصورة الجديدة ، وهو المحرك الرئيسي في القرار السيلسي عن طريق تسييس الرأي العام وهندسة الموافقة .

واليوم يلعب الإعلام ثور الأكبر العظيم في تشكيل الصورة النمطية السينة عن الإسلام ، فقد رصنت مجلة الإعلانات الإسلامية الأمريكية (كير) بصفة يومية العديد من التجاوزات والانتقادات الإعلامية غير الصحيحة والمضلة ضد العرب والمسلمين وثقلتهم . ومن جهة أخرى أجمعت نتائج العديد من الدراسات الإعلامية على أن وسائل الإعلام الغربية تقوم برسم صورة ذهنية مشوهة وسلبية وغير دقيقة للعرب والمسلمين في برامجها المختلفة ، مما يساهم في خلق وتعزيز أنماط من التفكير المعادي للإسلام في أذهان جماهيرها ، كما تلعب دوراً هاما في بسورة رأي علم مضلل تجاه العرب والمسلمين .⁽⁷⁵⁾ (لواهم ، 2002 : 34).

هذا يعني أن " الرأي العام في المجتمعات الغربية يشكل ملامح صورة المسلمين لئيه بناء على الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام ، ولقد أكدت الدراسات العلمية على مدى التأثير الذي أحدثته هذه الوسائل على قطاعات مختلفة من الرأي العام " .⁽⁷⁴⁾ (يوسف ، 2003 : 145).

و إلى الآن لم يدر الغرب اليوم وقتاً ولا جهداً في حربه الإعلامية ضد الإسلام ، وذلك عن طريق توظيف التضال والأحداث إعلامياً لخضمة ملوب ذكية تهدف إلى تشويه صورة الإسلام (كقضية : الحجب والبرأة مثلاً !!) .

وتطور الأمر ليصل إلى حد الاستهزاء بالرموز الدينية مثل : شخصية الرسول ﷺ ، والشعائر الدينية ، ولعل أكبر حملة إعلامية شنها الغرب ضد الإسلام اليوم كانت تدور حكايتها حول القرآن الكريم ، فتمسحت الكثير من الأساطير والخرافات سواء من قبل المستشرقين

* لزيدة شفاينغر أمغر : د . و سزرن نظرة الغرب إلى الإسلام في العصور الوسطى ترجمة . فهمي خشيد وآخرين . (طرابلس : مكتبة دار الفكر : 1975 م).

* من هذه الأكلاب والإفراءات على سبيل المثال لا الحصر - قول (ولیم غلامسون) وهو سيني بريتنلي وزعيم حزب الأمراء ورئيس وزراء بريطانيا في أواخر القرن التاسع عشر في معرض حديثه عن المسلم " إنه الإنسان الذي لا إنسفة به " ويقرر السوبر كيمون : أن " الشهادة التعمدية جدام بين الناس إلا يفقه بهم فتكا ذرية بل مرض مريع " ويقول لوفيان : أن تاريخ الإسلام كان سلسلة من سفك الدماء والحروب والمذابح ، ويخبر نولتكه أرسله ضمه إلى أن " سبب لوعي النزل على محمد والشعيرة التي قام بها هو كان بشعة ذاء الصرع " .⁽⁷⁴⁾ (لواهم ، 2002 : 34).

* من التماسين انظر توفى أبو غليل . اسراء على مرافق المستشرقين والشبهتين . (طرابلس : جمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، 1999 م) . وانظر لهذا . احمد فهد بشار . هل انعمت المستشرقون والمؤرخون حضارة الإسلام . (مجلة الأزهر (الجزء 5) سنة 74 يوليو 2006 م .

أو مواقع الإنترنت، ومثبتة من نزهات تدعي لنياد قرآن جديد. ولبت الأمر توقف عند هذا الحد فيما يخص الاستهزاء بلقرآن الكريم، فلم يكن المرء ليصدق ما قيل عن تكذيب المصحف الشريف بطرق شنيعة، ولا ندري كيف خرجت من معتقالات رهيبه لا تنكر إلا بمحاكم التفتيش! * (85) (نصر، 2005: 159).

إن الحديث عن قضية الصورة السبئية المرسومة للعرب والمسلمين في الغرب والتي لا تزال تعيش أيامها بعد مئات القرون من عصر الحضارة الإنسانية، إنما هي شاهد على عمق الهوة النفسية بين المسلم والمسيحي، مما يجعل العلاقة بينهما جدية بالتأمل والتحليل، وإن هذه الصورة سيكون لها الأثر الكبير على حاضر ومستقبل الحضارتين، بل على الحضارة الإنسانية جمعاء. (82) (عبد الجبل، 2006: 7).

إن المؤسسات الغربية التي تعمل على تكوين جماعات تقوم بالأعمال التي لا يقرها الإسلام من عفا وإرهاب، ثم يروج لها الإعلام الغربي وينسبها للنين الإسلامي باستخدام اللغة التجريبية التي تعتمد على تزييف الحقائق والتأثير على النفوس، استخدام غير صحيح، ليس لمجرد أنه يؤدي بغناس إلى اعتناق أفكار خاطئة، بل إنه يصل إلى حد تشكيل عواطف الناس وتوجيه هذه العواطف في الاتجاه الذي يحقق مصلح السيطرين على هذه الوسائل.

وإذا أضفنا على هذا ما أصبحت تقسم به وسائل الإعلام من درجة لا يستهان بها من الاحتكار، حيث أصبح يهيمن على أهم ثلاث شبكات تلفزيونية مركز واحد من مراكز صناعة الأفكار والاتجاهات السبئية، بل هناك تناخلات بين الشبكات التلفزيونية يجعلها تكاد تجر عن نفس الاتجاه، وتصب في نفس المصلحة، فإن الخطر الذي يتعرض له مشاهدو التلفزيون بل وقراء الصحف والمجلات بدرجة متكررة مع تزايد درجة الاحتكار في ملكيتها، أصبح خطراً شديداً حقاً، إذ أصبح هؤلاء (المشاهدين والقراء) محكومين في تحديد اتجاه عواطفهم ودرجة التهاب هذه العواطف، بما يتناسب والسيطرين على هذه المصلح لتحقيق أهدافهم. (11) (نصر، 2001: 40).

اختصاراً للحديث حول الصورة لاذنية للإسلام والمسلمين في الأعلام الغربي، نتنصب شيئاً مما قام بتسخيصه أحد المختصين حول صورة المسلمين في الإعلام الأوروبي، والذي يعد جزءاً من الإعلام الغربي العالمي، بل والذي تشكل على رؤاه أغلب أجهزة الإعلام الغربي الأخر.

- ينكر هذا الباحث أهم الصورة النمطية التي يتم ترويجها عن الإسلام في مختلف أجهزة الإعلام الأوروبية وهي كالآتي:
- جاءت صورة الإسلام بصفة علمة في وسائل الإعلام الأوروبية المختلفة صورة سلبية ومشوهة في الغالب بأوصاف (بدائية وهجبة) إلا في التفتيش جنا من المجلات الإعلامية.
 - كان هناك نزوع نحو ما يطلق عليه في الإعلام (شيطنة العدو) والعدو هنا يتمثل في الإسلام والمسلمين ويقوم هذا المبدأ على التحويل المعنوي لينا العدو إلى الشيطان المستحقر.
 - ربط الإعلام الأوروبي بشكل كبير بين الإسلام نينا وبين الأصولية وبعض الحركات الإسلامية المتشددة وقد استخدمت وسائل الإعلام لإبراز هذه الصورة السبئية كالآتي:
 - العنارين المثيرة والتي تبعث الخوف والقلق لدى الرأي العام.
 - التنكرو والاجترار المستمر في أحداث العنف والإرهاب والربط بينه وبين الإسلام.
 - يعزف الغرب على وتر الشاعرا والأحاسيس الإنسانية باستخدام عبارات وصور مؤثرة.

* هي محاكم خاصة لم يري التاريخ لها مثيلاً، كان شعارها القسوة التي لا رحمة بها واضطهاد لا هوانة فيه، أسستها الكنيسة الكاثوليكية في القرن الثالث عشر لمحاربة فكرة الهرطقة، وهي أصناف من أختلف معهم في شيء، المحدث للنس الانجيلي من قبل التزمين في الكنيسة، فكلفت تتحسس بكل الطرق وتجنس على من نشاء ونسب المدّوض عليهم بما نورا حتى تنكرهم على الأعراف والأخلاق، حينئذ تولد عليهم عقوبة الإحراق أو السجن المؤبد ومصفاة الأاسلاك، وتقوم به عقوبهم وتغيبهم وتشبه إن لم يموتوا إلى كنف الكنيسة الكاثوليكية. وكان لدى التفتيش العظيم أو غراند تكتونيش، كلاً من التفتيش العظيم هذا مجموعة من الموظفين والمعتقرين بجرور الأسماء ويعززون القدي معاً عن أصحاب الشاع والهرطقة، ولكن ليهب الصلاحيات في تعذيب المرشد للإعلام وحرق وتغيب من يظنون أنه كاذب. دامت مراكز التفتيش نحو 300 سنة تراوحت عام 1542 ف إلا أن محاكم التفتيش الإسبانية (الانكرو حشية) التي أنشئت في نهاية القرن الخامس عشر بأمر فرديناند وإزابيلا لا أعراض تعلق بالأمن القومي * عندما سقطت الإناس من يد المسلمين .. ولم تكد إلا في عام 1814 ف انظر لور فزنتي . الطريق إلى صدام الحضارات (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، 2006 ف).

- فتثير على المتتبع مستغمة جهله بالإسلام واعتماده على ما تقدمه له هذه الوسائل من معومات وأحكام جاهزة - و استغلال السلوكيات الخاطئة لبعض المسلمين العلبيين وتصويرها على أنها من صميم الإسلام .
- ركزت وسائل الإعلام الأوروبية على بعض الأفكار الحديثة في جوانب خاصة بالإسلام والمسلمين (فكرة صدام الحضارات) والترويج على أساس أن الإسلام هو العدو للبشر للشريعة .
- لم تستطع احتجاجات القادة والجاليات والأقليات المسلمة في أوروبا على المعالجات الإعلامية الخاطئة للإسلام والمسلمين من إيقاف هذه الحملات في أجهزة الدول الأوروبية بداعي أنه لا يمكن فتحكم في هذه الوسائل! ⁽¹⁴⁾ (بشاري، 2004: 153-155).

هذا جزء بسيط أو عيض من فيض من الصورة المنتمية عبر وسائل الإعلام الغربي إلى جماهيرها ، ولقد كانت ولا زالت هذه الوسائل أداة عظيمة في أيدي أولئك المعرضين . " والذي لابد من التأكيد عليه دائماً أن الحملة الإعلامية الغربية ضد الإسلام ، ليست جديدة أو مرتبطة بأحداث الحادي عشر من سبتمبر ، كما يرى البعض ويروج لها ، ولكنها قضية جانا ولها أسبيلها وتقوى التي تتفق خلفها أهداف بعيدة المدى ، ولكن من الجيد في هذه الحملة هو كثافتها وشراستها ، وقد توسعت دائرة استهدافها لتشمل الكثير أو أغلب ثوابت الأمة ، وقيمها الأخلاقية ، والتربوية والحضارية! " ⁽¹⁷⁾ (عمراني، 2005: 52).

ولكن وبالرغم مما نكر حول مواقف الغرب من الإسلام ، والإجفاف الصراخ في حق العرب والمسلمين ، مع استثناءات من جانب بعض الغرب الذين لا يتفقون مع السياسة الحالية لبعض الساسة الغربيين ، فإننا سنرتفع قليلاً عن هذه الرؤية المعتمة ، التي كثيراً ما لوصفت بعب الحول بين الإسلام والغرب ، وكثفت سبباً في تطبيع أواخر العلاقات ورسم صورة عدائية لا سبيل فيها إلى التعرف والتعليل.

عنه سنحاول النظر إلى هذا الموضوع من زاوية أخرى ، زاوية يرى بعض المختصين أنها الثغرة التي تسمح بتفولوج إلى علم أكثر نقاداً وتوافقاً ، تتجه فيه الحضارات إلى الانتماج والتعليل بدلاً من الصدام والصراع ، حيث يرى هؤلاء المختصون أن الإشكالية التي تحكم علاقات الإسلام والغرب هي إشكالية (الموضوعية والتفد الذاتي) .

لن الموضوعية في هذا المجال تعني أمرين متلازمين : موضوعية صورة الغرب عند الإسلام والمسلمين ، ومن ناحية أخرى : موضوعية صورة الإسلام والمسلمين عند الغرب ، ولعل السؤال الذي ينبغي طرحه هنا : ماذا تعني موضوعية الصورة عن الآخر ؟

المشكلة الأساسية في الإجابة على هذا السؤال تكمن في أنه لابد أولاً من أن نتعرض لمعنى الموضوعية ، وهذا الموضوع معتد في الواقع . لأنه يمثل مشكلة نظرية ، ومنهجية كبرى شغلت العلم الاجتماعي منذ بدايته وحتى الآن . فقد كان التوجه الرئيسي للمدرسة الوصفية في علم الاجتماع ، أن على الباحث حين يتصدى لبحث ظاهرة أو مشكلة اجتماعية ، أن يتحرر من أهوائه ونزعاته ، ويتعامل مع الظاهرة أو المشكلة باعتبارها واقعة اجتماعية علمية ينبغي دراستها بحياد تام .

ولكن بميزان المدرسة الوصفية للعلم الاجتماعي في بلاد غربية متعنتة ، أثبتت بما لا يدع مجالاً للشك ، أن أهواء الباحث ونزعاته ، غالباً ما كانت تؤثر على طريقة وضع المشكلة ، والمناهج التي استخدمها للدراسة ، ووسائل جمع البيانات ، ونوعية عيناته ، وطريقة تحليله للبيانات ، وبالتالي سيبتد كثيراً عن المنهج العلمي في البحث عن الحقيقة. ⁽¹²⁾ (بلسن، 2003: 29).

في ظل هذا الوضع الذي تخلف فيه مولزين العلم ، صاغ أحد المفكرين المختصين في العلوم الاجتماعية نظرية بسيطة وناقذة معاً (الموضوعية هي أن نعلن عن ذاتيتك منذ البداية) في ضوء ذلك على الباحث العلمي الاجتماعي ، الذي يبني الماركسية مثلاً كإطار

لزيادة التفصيل انظر :

- السيد ياسين ، الحرب الكثرية الثالثة ، عاصمة سبتمبر والسلام العالمي . (القاهرة : مكتبة الأسرة ، 2003 - ن) .
- محمد بشاري ، صورة الإسلام في الإعلام الغربي (دمشق : دار الفكر ، 2001 - ن) .
- ليس منصور ، الاتصال الكوني (القاهرة : دار النهضة العربية ، 2005 - ن) .
- كتوة الأسلاء والغرب في مرحلة العمة للعربة ضد الإسلام والمسلمين . اللجنة الشعبية الإسلامية الشعبية (طرابلس : 1998 - ن) .
- مجلة التواصل : العدد الرابع ديسمبر . طرابلس جمعية شعرة الإسلامية العالمية . (طرابلس : 2004 - ن) .
- عصر التثوير بالعرب والمسلمين نحن والعلم بدأ 11 * سبتمبر 2001 * جلال أمين ، (القاهرة : دار الشروق : 2004 - ن) .
- أبو محمد الزناني - الطريق إلى صدام العصورات (القاهرة : الإنجاز المصرية ، 2006 - ن) .

سعر في له أن يعرّف ذلك منذ بداية بحثه . حتى يكون القارئ على بصيرة من أنه سيطلع دراسة لو بحثاً يتبنى المنظور الماركسي . غير أن الباحث حتى لو لم يعرّف عن (ذاتية) أي توجهه الأسس منذ البداية ، فإن ذلك لن ينطلي على القارئ المدرب ، الذي سيكشف مرجعيات الباحث ، أو صاحب الخطاب من خلال تحليل المفاهيم ، والمصطلحات التي إستخدمها الباحث ، بالإضافة إلى طريقة تفسير البيانات التي جمعها .

في ضوء هذا يمكن القول: أنه على كل من الأطراف المسلمين من (ناحية بالرغم من تعدد انتماءاتهم) والغربيين من ناحية أخرى (الذين يتوزعون على جهة عريضة من التنوع والاختلاف) . أن يكشف عن ذاتية منذ البداية إذا أرادوا الحوار عن العلاقات بين الإسلام والغرب ، وهذه الذاتية تحي يساغة الكشف عن الأكلر الأسسية التي كونها كل طرف عن الآخر . لأن الكشف عن التوجهات الرئيسية لكل طرف من أطراف الحوار هو الخطوة الأولى في سبيل الوصول إلى موضوعية معقولة لصورة كل طرف عن الطرف الآخر . غير أن ذلك يستدعي بالإضافة إلى ذلك ضرورة ممارسة كل طرف للنقد الذاتي ، الذي يبرز الشجاعة الأدبية المطلوبة في مجال الاعتراف بالخطأ في التعامل مع الآخر ، وفي هذا المجال لا يكفي الاعتراف بالخطأ وإنما يستدعي تكييفاً وإعطاءها الوضع الصحيح . (مراجع لسبق: 134-53) .

وعليه وبعد أن أوضحنا صورة الإسلام في الغرب وجذورها التاريخية وهي من عوائق الفهم الغربي للإسلام ، نلزمنا الموضوعية هنا لن نقر بأن هناك عوائق ظلت حائلًا أمام فهم المسلمين للغرب أو بمعنى آخر كانت سبباً في ازدياد حدة القطيعة بين الغرب والإسلام منها :
• تعود هذه العوائق في جانب منها إلى طبيعة سياسة الغرب تجاه العلم الإسلامي منذ بدلت أوروبا تبدي نزعة توسعية مع بداية القرن الخامس عشر ، كما أنها تعود إلى طبيعة الصورة التي يحملها المسلمون عن أنفسهم والتي يحدنون من خلالها طبيعة فهمهم للآخر ، لقد تأثر المسلمون والغرب فيما تأثر بهذا الفصل الجديد من المواجهة العسكرية التي قلبت ميزان القوى لتنتهي أغلب المواجهات بهزيمة بلاد الإسلام ، كما أن تجربة الاستقلال التي أعيت هذه المرحلة عمت الإحسان ببرورة الهزيمة لدى المسلمين . وقد مثلت القضية الفلسطينية أبرز تجسيد لهذه الهزيمة .

لقد رسمت مسألة الشعب الفلسطيني الشعور بالإحباط ، ودفعت إلى إستيطان مغطى بهزيمة العسكرية ، لاستحضره في كل مناسبة تتعلل مع الآخر ، هذا مما أدى إلى اختزال صورة الغرب في مستوى علاقة السلبية . وإلى إفراز عدّة نمازرة التي من خلالها يحولون لن يفهم المسلم مختلف التحيزات (108) (لطيفي ، 2006 : 3) .

• أما العائق الثاني فمرتبط بطبيعة نظرة المسلمين لذاتهم ولهويتهم ولديتهم ، والتي تشمل في نفس الوقت أرضية لتكوين صورة للآخر ، وفي هذا السياق لا بد من التمييز بين صنفين على الأقل من المسلمين :

• صنف أول يشمل عامة الشارع الإسلامي ، حيث العلاقة بالدين علاقة عفوية يهيمن عليها الفهم المحلي .
• صنف ثانٍ وهم الأكثر بروزاً أو فاعلية ، أي تلك النخبة المتعلمة التي أنتجت حركات الاحتجاج الإسلامي ، صورة الغرب التي أنتجتها هذه النخب الحركية تعد في جانب كبير منها ولينة الإستيطان لهذه الهزيمة ، فالاستحضر اللاواعي لهذه القعدة يجعل من نظرة المسلمين لذات وبعثتي للإسلام وكذلك للآخر مختزلة في المستوى السياسي . أي لن تصور العلاقة مع الآخر لغربي محكوم أكثر بواقع المواجهة والتعارض مع ما يستوجب ذلك من استقار لكل عناصرها والتعزيز عنه . (108) (مراجع لسبق: 3) .

إنّنا فلموضوعية كما أشرنا ، هي الحلقة المنقودة في علاقة الإسلام بالغرب ، ولا سبيل إلى ذلك إلا بالحوار بين الحضارات والأديان ، ومحاولة تقريب الرؤى ووجهات النظر للتلاق حول تقولم المشتركة ، وبذلك يمكن تحقيق التعرف والتعلّش الإنسقي بين الحضارات .

التعارف (الإنساني)

(المفهوم الإسلامي للتعارف: ينطلق مفهوم التعارف في الإسلام من مسألة الخلق، حيث خلق الله الإنسان من مادة واحدة وهي التراب، كما في قوله: تعالى ﴿ وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَكُمْ مِنْ تُرَابٍ ثُمَّ إِذَا أَنْتُمْ بَشَرٌ تَشِيرُونَ ﴾ (سورة لؤم: الآية 19). وبعد هذا الخلق من آدم وحواء خلق الله تعالى سائر البشر من نسلهما. ورغم هذا الأصل المشترك الذي قرره القرآن الكريم، والحديث النبوي الشريف في مواضع عدة، فلن الناس مختلفون في جوانب كثيرة كاللون، واللغة، والجنس... الخ، وهذه الظاهرة ليست عفوية، وإنما هي فصد من الله سبحانه وتعالى، فهو الذي لولا هذه الاختلاف حكمة منه لإيراز قدرته في الخلق وسيطرته على الوجود يقول: تعالى ﴿ وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَخَلْقَ تَسْنِيكُمْ وَتَوْلَانِكُمْ ﴾ (سورة لؤم: الآية: 22). وانطلاقاً من المعنى المتقدم نتعلم في مفهوم الإسلام وتصوراته لتولوق الجنسية، والتميز العنصري، والاختلاف الطبيعي والتباين في اللغة فالنلس سواسية كأسنان المشط، (105) (غزى، 2005: 2).

التعارف (الإنساني) والرؤية القرآنية

استلهاماً من القرآن والرؤية الخشنة التي جاءت لنهاية البشرية، ولتقاذوا لها من مهلوي الانحطاط العتدي والخطي، عليه نرى ضرورة التذكير ببعض من المعاني العظيمة في الآية الكريمة ﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاهُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴾ (سورة احمرات: الآية 12). حيث أن العلم المعاصر في الظروف الراهنة بحاجة إلى التركيز عليها، فمنها:

- صومية الخطاب القرآني فالآية تخطب الجنس البشري كافة

- في الآية الكريمة إشارة إلى أن المجتمع الإنساني قائم على فكرة الجماعة.

- التعارف الذي تدعو إليه الآية الكريمة أسس لإرساء قيم السلام، والعدل والتساوي بين النلس والثقافات.

- أن الثقافة الإسلامية الأصيلة لا تعترف بالجمود والتشدد والعيش في أجواء تعزلية، كما هو الحال في بعض الثقافات الأخرى.

- أن التعارف الذي تدعو إليه الآية الكريمة يستدعي حقاً التعمق المعرفي في أصول الثقافات الإسلامية، وفهم طبيعتها، ومصانرها الأصلية (106) (الزبيدي، 2005: 1).

التعارف (الإنساني) سبيل لتجنب (الصرع أو العدم) (فضاري)

إن التدافع بين أصحاب العقائد المختلفة ظاهرة صحية، في سبيل الاقتراب من الحقيقة، والتحليق حولها، باعتبارها ظالة كل مؤمن، ولكن المتأمل لما هو سائد في العديد من الندوات والمؤتمرات التي تقام باسم الحوار، إنه يرتكبوها المتخالفين لإقبات أن الطرف الآخر على خطأ مما يزيد في إنكفية الفهم للصورة المشوهة التي يراها كل طرف عن الآخر، إن الخطوة الأولى في طريق الحكمة هي المعرفة التي لا تكون إلا بتقنين الأشياء على حقيقتها، والمعرفة لا تتم إلا بالتعرف، والتعرف لا يتم إلا بالتعارف، بمعنى أن يتولى كل طرف التعريف بنفسه لأنه الأدرى، والأعرف بها، والموضوعية تلزم الحكم بالقول بكل ما هو منطقي وموضوعي. (104) (عبد، 2005: 1).

وهذا لا يعني إنكار التعددية، فالتعددية تعتبر عند بعض فلاسفة العصر الحديث من الغرب أكثر الاتجاهات تأثيراً في النلسفة الأخلاقية، والسلبية المعاصرة، إذ يؤكد أصحاب هذا الاتجاه على أهمية مكفة القيم في حياة الإنسانية، باعتبارها مقومات مخوية على أسسها تصلح الحياة وتطيب، أو تفسد وتخبث.

ويتفق أصحاب هذا المذهب على أن هذه القيم متعددة، ومتنوعة وتمتاز بتعارض والتصلب، كما هو الحال مع قيمة الحياة، وقيمة الحرية. ولا يمكن رفع التصلم عن طريق الجمع والترجيح، كون العلاقة بين التقيم توصف بالمغليرة والبنجينة. (94) (لورنية، 2005: 1).

وقد نص القرآن الكريم على التعددية، واعتبر الحضارة الإنسانية قائمة على التدافع بقوله: تعالى ﴿ وَلَوْلَا دَفْعُ اللَّهِ النَّاسِ بَعْضَهُمْ بِبَعْضٍ

لَفَسَدَتِ الْأَرْضُ وَلَكِنَّ اللَّهَ ذُو فَضْلٍ عَلَى الْعَالَمِينَ ﴾ (سورة بقره: الآية 251).

إن ساحة الحياة المترامية الأطراف تموج بفئوس في تنافع وتساك وتضام إلى الغلغيات ، ومن ورائها جميعاً تلك اليد الحكيمة العنبرية نسك بلخوط جميعاً ، وتقود المركب المتراحم المتصارع إلى الخير والصلاح ، والنماء في نهلية المطاف . ولقد كانت الحياة كلها تأسن وتتغنن لولا دفع الله للناس بعضهم ببعض ، ولولا أن طبيعة الناس التي فطرهم عليها أن تتعارض مصالحهم ، واتجاهاتهم الظاهرة القريبة ، تتطرق الطلقات كلها تتراحم ، وتتغلب ، وتتفاح فتتفاح عنها الكسل ، والخمول ، مستتبطة لاختار الأرض ، ومستخدمة قواها ولسرورها الفغينة ، وفي نهلية يكون الصلاح والخير والنماء فإن الله لو فضل على العالمين . (وتولوا دفع الله الناس بعضهم ببعض ليهتمت صواعق ونبع وصلوات ومساجد يذكر فيها اسم الله كثيراً ويصرون الله من تصرون إن الله لقوي عزيز) (سورة الحج : الآية 39) .

كأن هذه الأملكن التي يعبد فيها الله معرضة لتهدم رغم قسبتها لا يشفع فيها في نظر الباطل لأن لم الله يذكر فيها ، ولا يصيبها إلا دفع الله للناس بعضهم ببعض أي دفع حماة العقيدة لأعدائنا الذين ينتهكون حرمتها ، ويعتقون عليها! ⁽¹⁰⁶⁾ (غفر 2007: 3) .
آية (التعارف) (الإنساني) .

(المواد ضربت) للتعارف (والشعير)

إن إمعان النظر في قضية الحوار بين الأديان ، كما هو سائد من خلال الثنويات والمؤتمرات التي انعقدت وتعقد بين الحين والآخر ، من أجل تجنب صراع الحضارات ، ندرك مدى الفلانة التي قد نجنى من ورائها المجتمع الدولي ، ولكن حتى يكون - أي الحوار - مشمراً لا بد أن يقدم صاحب كل معتد أساسه النظري ، وتطبيقه العملية ، وسو مقاصد الإنسانية باعتبارها وحدة الآن البشري. ⁽¹⁰³⁾ (شحرى 2005: 1)

متطلبات (الحوار بين) الأديان (أو) الحضارات

في الحقيقة إن حوار الحضارات أضحي اليوم من أكثر الإشكاليات جدلاً ، وربما يعود ذلك لعند أسباب من أهمها : رفض البعض الاعتراف بهذا الحوار ، لأنه سيؤدي في نهلية المطاف إلى تنازل البعض عن ثوابته ؛ لذا فإن إدارة الحوار حول أي موضوع ينطوي على مخاطر جسيمة ، في غيبة الاتفاق على منهج موضوعي للحوار . وقضية المنهج - وإن بنت البعض فيها قضية فلسفية أو شكلية - إلا أنها في الواقع حجر الزاوية بالنسبة لأي حوار . ⁽²⁾ (الموالمجد ، 1995: 16) .

كما أن اقتصر هذا الحوار على حضارات محدودة معينة ، هو إلغاء لمبدأ الحوار من أسسه بما يحمله من جوهر راق ، حين يعتقد البعض أن الحضارة الغربية غير مضطرة أو سحاجة لهذا الحوار ، وهذا منقذ للحقيقة ، لأنه لا يوجد في لكون حضارة ليست بحاجة إلى الحضارات الأخرى . ⁽³⁷⁾ (المزمع ، 1996: 72) .

نماهي متطلبات هذا الحوار؟

- الاحترام : ويعنى احترام لظرف الآخر ، وتقبل اختلافه معاً وهو في لسه حية ربقية .
- الإصغاء : ويعنى ضمناً التأمل الشديد والغاية بما يقل من الأطراف الأخرى ، وذلك للوصول إلى نقاط التقاء و اتفاق تكون بمثابة قواسم مشتركة بين الأطراف المتحلورة عليها تجنب البشرية صدام الحضارات !
- الصدق : يعكس هذا الطرح أولاً وقبل كل شيء الصدق مع الله لأنه الذي لا يصنق مع الله لا يصنق مع الناس .
- الانفتاح والقبول : ومشينة العمل معاً ، أي التركيز على البعد العلمي والعملية .
- الرجاء : هذه الفضيلة ليست وهمية ، إنما تستند إلى إيمان حي و تثيرها السحبة وسط الطرق العديدة المختلفة التي قد يلجأ إليها الإنسان لتكبير ذاته. ⁽⁷⁶⁾ (الول ، 2005: 24-25) .

إن المنهج القرآني واضح في التعامل مع الآخر مهما كان معتقده وتفكيره ، فهو يؤسس أرقى أنواع التعامل ويفتح أبواب التعارف الإنساني ، والعودة إلى المنهج القرآني تعريفاً بأخلاقيات التعارف التي تشكل سلوكاً متكاملًا للتعامل مع الفرد والجماعة ، دون الانقذات إلى مذاهب الفتن وعقائدهم . كما إن القرآن الكريم واضح في كيفية التعامل مع أصحاب العقائد الأخرى .

إن القرآن الكريم ونحن جميعاً نقرأه كله حوار حين نجد أن (قل - قل - يقول - قلن - يقولون) وجدت في القرآن أكثر من ثلاثين مرة ، ولا يخفى أن ملءة (قل ، قل ، يقولون) هي ملءة الحوار . فجدد في القرآن الكريم : الحوار بين الله وملآنكته ، والحوار بين الملآنكة والرسل ، وبين الرسل وبعضهم لبعض ، وبين الرسل وأقوامهم ، وحوار بين الأخيار والأشرار . وهذا إنما يدل على أن القرآن الكريم يعطنا كيف يكون الأسلوب عند الاختلاف ، ليس بقتصادم والتصارع بل بالحوار منهاجاً وأسلوباً .⁽⁸⁰⁾ (الزفرات ، 2005 : 152) .

والقرآن الكريم يهدي الناس إلى أن يميلوا إلى الحق ، وإلى أن يسلكوا الطريق الصحيح إليه ، فيجعل كل فضليه سبيلها الحوار ، ولا يجعل من القوة سبيلاً قط في التعامل مع الآخرين .

والقول من أساليب الإعلام في القرآن وقد أوحى الله في كتابه العزيز إلى رسوله ﷺ ما يعلم به الناس دين الإسلام ، وما يرد به على أسئلة السائلين ، وما يجادل به أهل الكتاب وغيرهم من معتنقين ومشركين وكان كثير من هذه التعاليم مبنوياً بالأمر (قل ، أي قل يا محمد مبلغاً عن الله)⁽⁶⁵⁾ (كومي : 1995 : 59) .

أسلوب المحاوره في الإسلام لم يقتصر على آيات القرآن الكريم ، فقد سلكت السنة النبوية منهج القرآن الكريم في الحوار فجاءت أحاديث النبي ﷺ منممة بالمحاوره والجدل والتكثير من الأساليب الإعلامية .

والحديث النبوي الشريف وحي الله تعالى إلى رسوله ﷺ يتمنى ، أو إقرار الله تعالى لما صدر عن رسوله ﷺ باجتهاد من أقوال وأفعال قال : تعالى : (وما أنزلنا عليك الكتاب إلا لئلين لهم الذي اختلفوا فيه وهدى ورحمة لقوم يؤمنون) (سورة النحل: الآية 63) . فإله أنزل النكر وهو تقرر إن الكريم وأوجه تطبيقه أي لحديث النبوي قل : تعالى (وما ينطق عن الهوى إن هو إلا وحي يوحى) (سورة نجم: الآية 4) . وذلك لئلين الرسول ﷺ للناس ما أنزل من القرآن الكريم . وكما علمنا الحديث أحكام الإسلام من عقيدة ، وعبادات ، ومعاملات ، وأخلاق . علمنا أيضاً الدعوة ولئليها ومبلغها ، أو بمعنى آخر أحكام الإسلام الإسلامي* [والعلاقات العمة الإسلامية] .⁽³²⁾ (حجاب ، 1995 : 6) .

وفي النهاية لا يكتمل صرح التعارف الإنساني ، إلا بتيام خطاب دعوي إسلامي معاصر ، ومواكب لكافة التطورات والمتغيرات المستجدة على الساحة الدولية .

لا يخفى علينا أنه في هذا العصر الذي تتمركز فيه قوات الإعلام والاتصل المختلفة من صحف وإذاعت مسموعة ومرئية وشبكة المعلومات الدولية والتي تثبت برامجها على مدار الساعة ، وتنتشر مضامينها في جميع أنحاء العلم ، تؤثر في مكلة الإسلام ولئلسلين في الغرب ، وإن الجهود المطلوب بذلها لتصحيح صورة الإسلام وتفعيل دور الحوار يتطلب أجهزة إعلامية إسلامية وعربية للنظر بواقعية وشمول ، وصراحة مع النفس مما يدور حولنا ، لاختيار الطريق السليم فإن قصور الخطاب الإسلامي وعدم نجاحه في مخاطبة الغرب أثر في نظرهم

* لزيادة التفصيل انظر :

- عبد العظيم حنفي ، أسلوب المحاوره في القرآن (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1995 - ب) .

- سلسي عبدالعزير الكومي ، الإمداد القرآني في الإمداد (القاهرة : مكتبة العمة 1990 - ب) .

- الإسلام ومعتقد شعروا تحقوقي ، فصلها إسلامية ، سلسلة تصدر عن المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية ، (شب : 15 : 1996 - ب) .

لرؤية التفصيل انظر :

- محمد منير حجاب ، التفسير الإعلامي لمصحيح البخاري ، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية (3) (القاهرة : دار الشجر للنشر والتوزيع ، 1995 - ب) .

- مجلة التواصلي ، (العدد الأول : مارس 2004 - ب) .

إلى الإسلام ، بحيث ظل الأمر كما يرثيه المتعصبون و الحاقنون و الجاهلون ، وهذا تقصير برز في الخطاب الإعلامي بصوره المختلفة . وفي الخطاب الدعوي وفي منتديات الحوار وغيرها بامتاء النزر اليسير . وعليه يجب أن يُبنى الخطاب الدعوي الإسلامي المعاصر مع الغرب من خلال اللقاءات والمنتديات على مستوى شامل ، ولاشك أن الغرب وحضارته علامت و لقاءات مع المسلمين وحضرتهم على مدى التاريخ . وقد يكون مفهوماً لدى الباحثين أن المصلح الإصلاحي ، والعلمية ، والتقنية تتداخل لتزجج فن المصلح اليسلية أحياناً تبدو متشابهة في بعض الميادين ، وما لا يخفى أن الإسلام ينظر نظرة شاملة للكون والإنسان ، وأن هذه النظرة تشمل الأخلاق ، والاقتصاد ، والاجتماع ، والسيلة ، ومن هذه المنطلقات ألفت الحضرة الإسلامية ميدانين مهمين هما : التغيير والاستشراف ، ولعل فواتح كتب الرسول ﷺ إلى الملوك بعد المظنة

(يَا أَقْلُ الْكَيْبِ بِمُحَاوَرَةٍ فِي إِزَاهِيمٍ وَمَا لَمْ يَرْتِ الثَّرَاةُ وَالْإِنجِيلُ إِلَّا مِنْ بَعْدِهِ قَوْلًا نَحْوُونَ) (سورة ل: عرّف: الآية 46)

وهذه الآية الكريمة جاءت لتقرر مبادئ إسلامية في علاقات المسلمين بالغرب وهي :

- مبدأ الإعراف وأهميته .

- مبدأ الإعراف بالأخوين .

مبدأ احترام المشيئة الذاتية لدى الآخر . (86) (سفر ، 2005 : 12) .

وتعتبر وسائل الإعلام الحديثة فعالة اليوم في نقل الخطاب نظراً لما تقتضيه حاجة العصر (عصر السرعة) ، فالإعلام يتميز بالسرعة والتنظيم ، والتضخيم وفشراكة و الإحتكار ، كل هذه الميزات زادت من قوته وسلطته في التأثير على عقول الناس .

وهذا لا يعني تتخلي عن الوسائل القديمة مثل الخطب ، ودور الدعاة ، والاتصال الشخصي ، وإنما ينبغي وضع إستراتيجية شاملة - كما بيّنا في الصفحات السابقة - تأخذ بكافة إمكانيات هذه الوسائل والتي من خلالها يمكن الوصول إلى علاقات جيدة بين المسلمين والعالم بأسره . (87) (شيو ، 2006 : 3) .

وأخيراً فإن الباحث لا يروم - وليس له أن يروم - طرح تحليلات شاملة فللقام - مهما اتسع - يضيق . بشرّ هذا الطرح ؛ ولذا نضرب صفحاً عن هذه التحليلات ونختم بما بدأنا به بقوله: تعالى (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ) (سورة الحجرات: الآية 12) .

فن نفهم الصيق لهذه الآية الكريمة فيه الخى الكثير عن الرجوع إلى كل مظنة من مظان التوسع في هذه الجحوث والتحليلات ! .

الفصل الثاني

تمهيد

التنظيم الإسلامي الدولي

- نشأة التنظيم الإسلامي الدولي
- دواعي قيام التنظيم الإسلامي الدولي
- أهداف قيام التنظيم الإسلامي الدولي
- التعريف بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية
- نشأة وأهداف جمعية الدعوة الإسلامية العالمية
- الهيكل التنظيمي العام لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية
- التعريف بفرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية بجمهورية مالطا (المركز الإسلامي)
- نشأة المركز الإسلامي مالطا وأهدافه
- الهيكل التنظيمي للمركز الإسلامي مالطا والمهام المنوطة به

تمهيد

يختص هذا الفصل بعرض الجانب النظري الثاني لهذه الدراسة ، والذي يدور حول الحديث فيه المنظمة قيد الدراسة ، وحيث تم تقسيم هذا الفصل أيضا إلى محاور ثلاث هي :

الأول : نشأة التنظيم الإسلامي الدولي

وفيه تم عرض - باختصار - الإطار التاريخي للتنظيم الإسلامي الدولي ، والذي تم اخذ زله هنا في دواعي وأهداف قيام هذا التنظيم ، والتي كانت نابعة أساسا من الإحساس بالتضامن والوحدة الإسلامية بعد أن تلاشت بسقوط الخلافة الإسلامية ، والسعى الحثيث لتحقيق هذا المتغنى ! .

الثاني : التعرف بمعية الدعوة الإسلامية العالمية

حيث تم تناول نشأة وتأسيس هذا الصرح الإسلامي وأهدافه والهيكل التنظيمي العام غير أنه قد تم التركيز والتفصيل حول المكاتب الإدارية التي أجريت عليها الدراسة الميدانية.

الثالث : التعرف بفرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية بمهزينة مالطا (المرکز الإسلامي)

فعلى غرار الإدارة الأم للجمعية تم الحديث هنا عن نشأة وتأسيس هذا الفرع وأهدافه وهيكله التنظيمي وأهم الأنشطة النشطة به ، وفي كل توخيذا الإيجاز قدر المستطاع .

نشأة التنظيم الإسلامي الدولي

لم يعد العالم الإسلامي صحوة إسلامية امتزجت فيها نوازع الإصلاح الديني بالنهوض السياسي عبر تاريخه الطويل ، كما ظلت اندعوة إلى الجامعة الإسلامية والإعتصام بحبل الله تعمر قلوب المصلحين والمؤمنين ، وستظل بيذن الله حتى يرث الله الأرض ومن عليها .

ولقد تجسدت آمال الداعين عبر المؤتمرات الإسلامية المتعددة التي انعقدت خلال القرن المنصرم إلى مشروعات للتضامن الإسلامي ، فاتخذت شكلها التنظيمي بنشأة العديد من المنظمات الإسلامية الدولية . فإذا كانت المؤتمرات الإسلامية ظاهرة اتسم بها التاريخ الإسلامي عقب إلغاء الخلافة (العثمانية) عام 1924 ف - وإن كانت صورية في رأي كثير من المؤرخين العرب والمسلمين - فإن نشأة هذه المنظمات عبر هذه المؤتمرات هي إحدى ظواهر الحياة الدولية طوال سبعينيات القرن العشرين ، مع اتصال عضوي بين الظاهرتين في الأهداف والاولويات. (12) (الأشم ، 1988 : 3) .

دور قيام التنظيم الإسلامي الدولي

إن التاريخ النضالي للأمة الإسلامية من أجل عزتها ، وكرامتها ، وقيادتها للأخرين ، تاريخ قديم وطويل ، مذ كانت الأقاليم الإسلامية دولة واحدة ، والمسلمون كتلة بشرية مترنة ، والقانون الذي يحكم الجميع هو التشريع الإسلامي الخالد ، ولكن وبعد أن غابت هذه الوحدة الحقيقية كان لزاماً على الأجيال المسلمة في العصر انحديث السعي والاجتهاد لإيجاد البدائل اللازمة لصهر مواقف الأمة في بوتقة واحدة تتواءم ومقتضيات هذا العصر. (36) (داود ، 2002 : 3) .

وبدون الولوج إلى أفق الخلاف الذي سرى بين المفكرين والفقهاء حول إمكانية قيام التنظيم الإسلامي الدولي ، وكذلك الاجتهادات الفقهية التي أثرت حول هذا الموضوع * يمكن القول : أن الداعي الأكبر لقيام وتأسيس المنظمات الإسلامية الدولية هو غياب الوحدة الإسلامية ، وانفراط عقد الأمة الواحدة .

كما تجدر الإشارة هنا إلى " أنه ولكي نفهم التاريخ كما حدث ينبغي أن ننظر إليه بأعين معاصريه ، وأن نشعر بحوادثه كما كانوا يشعرون بها ، وأن نعرض العداوات والصداقات على المحك الذي عرضوها عليه ، ومنها ما خطر لهم وهو لا يخطر لنا الآن ، ومنها ما تستخف به ولم يكن خفيفاً قط في موازينهم للحوادث والأمر " . (59) (شمس ، 1974 : 147) .
ومناط الرجحان في تلك النظرة العملية لأولئك المفكرين والفقهاء المعاصرين - لتلك الحقبة - إنما هو الأخذ بيد الأمة التي سقطت في هاوية التفكك والتشردم ، وإنها لتكفي إذا تركت شكوك المترددين والمنكرين مضعوفة الأثر ومنقوضة الأساس !! .

أهداف التنظيم الإسلامي الدولي

أهداف المنظمات الدولية بصفة عامة هي الغايات التي تسعى هذه المنظمات إليها ، وتعمل جاهدة على تحقيقها وإنجازها ، مثل : تحقيق السلم ، والأمن ، والرفاهية للبشرية جمعاء .

* لزيادة التفصيل حول هذا الموضوع راجع الكتب الآتية :

أصول التنظيم الإسلامي الدولي ، عبدالله الأشم (القاهرة : دار النهضة العربية ، 1988 ف) .
المنظمات الإسلامية الدولية دراسة تطورية على ضوء منهج الإسلام في وحدة العالم الإسلامي (القاهرة : دار النهضة العربية ، 2002 ف) .

ولاشك أن أهداف المنظمات الإسلامية الدولية يتمتع ببيانتها بأهمية بالغة ، إذ أنها تشير إلى أسباب وجودها من ناحية ، وتعمل على تقييد نشاطها وأجهزتها ، بما يساعد على تحقيق هذه الأهداف من ناحية أخرى. (36) (دور ، 2002 : 65 - 66) و إخالنا نجمل أهداف المنظمات الإسلامية الدولية في الهدف الأسمى الذي كان سبباً في قيامها ، وهو ما اشرنا إليه في مجمل حديثنا عن دواعي هذا القيام وهو " الوحدة الإسلامية " التي يقرها القرآن الكريم ويحكيها واقعاً عملياً في قوله : تعالَى (إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ) (سورة الأنبياء : الآية 92) فقد أخذت هذه الآية أسساً صيغت عليه سوابق وأهداف التنظيم الإسلامي الدولي والمتمثلة في ميثاق منظمة المؤتمر الإسلامي* . التي تعد المنظمة الأم ، وفي فلكها تدور سائر المنظمات الإسلامية الدولية الأخرى ، وعليه سنطرق في عجالة إلى ذكر هذه الأهداف وهي :

• تعزيز التضامن الإسلامي : والتضامن في معناه العام يقصد به الاتحاد والتكامل بين الأفراد مجتبع من المجتمعات ، اتحاداً يجمعهم حول مصالح مشتركة أو المشاعر وتطلعات واحدة ، ولقد ظهر هذا الهدف واضحاً جلياً في الشريعة الإسلامية ، بتحقيقه ثنوب عصبيات الجاهلية ، فلا حمية إلا للإسلام ، وتسقط فوارق الجنس ، واللون ، والوطن . فلا يتقدم أحدٌ ويتأخر إلا بتقواه ومرورته . (37) (نفس المرجع السابق : 66 - 67) .

• محو التفرقة (العنصرية) : وهو ينص على أن تضامن الشعوب الإسلامية ، لا يقوم على معاداة أية جماعات إنسانية أخرى ، ولا على تفرقة بسبب العنصر ، أو الثقافة ، ولكن على المبادئ الإيجابية الخالدة ، مبادئ المساواة ، والإخوة ، والتحرر من التمييز والاستغلال ، والكفاح ضد الظلم والقيهر ! .

• تنسيق العمل (أو أجل الحفاظ على سلامة الأركان) (الفرسة ، وتحريرها ، ودعم كفاح الشعب الفلسطيني ، وساعده على استرجاع حقوقه وتحرير أراضيه. (38) (علام ، 1996 : 54 - 55) .
وجماع القول : إن حجر الأساس الذي قام عليه التنظيم الإسلامي الدولي والهدف الأسمى الذي يسعى إليه هو الإحساس بالوحدة والتضامن فيما بين الشعوب الإسلامية ، وهذا الأساس والهدف ينبع من المفهوم الأساسي للإخوة الذي يتجاوز الحدود الجغرافية والجنس واللون واللغة .

التعريف بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية

جمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، منظمة إسلامية دولية نشأت بناءً على توجيهات المؤتمر الأول للدعوة الإسلامية ، الذي انعقد في ديسمبر 1970 ف ، والذي ضم علماء ومفكرين وشخصيات من العالم الإسلامي . وتحكم نشاطات الجمعية القانون الليبي رقم 58 لعام 1972 ف ، والذي حدد شخصية الجمعية بأنها هيئة خاصة ذات نفع عام ، لها شخصية اعتبارية مستقلة . (12) (الاشم ، 1988 : 70)

* تم تأسيس منظمة المؤتمر الإسلامي في عام 1972 ف ، بعد أن تم عقد ميثاقها في مؤتمر وزراء الخارجية الإسلامي المنعقد في جدة ، وقد جاء تأسيس المنظمة ، كبادرة فعل قوية بعد ثوب حريق الأقصى في أغسطس 1969 ف .

* لزيادة التفصيل والإيضاح أنظر :
منظمة المؤتمر الإسلامي دراسة قانونية نظام ونشاط المنظمة ، وإل أحمد علام . (القاهرة : دار النهضة العربية ، 1996 ف) .

نشأة وأهداف جمعية الدعوة الإسلامية العالمية

النشأة

لقد أدركت ثورة الفتح العظيم منذ قيامها عام 1969 ف ، الحاجة إلى تأسيس حركة عالمية لنشر الإسلام ، تعيد إلى هذا الدين هيبته التي فقدتها ، جراء توقف المد الإسلامي ، وتولي هاتيك العصور التي كان فيها الإسلام منارة للإشعاع الحضاري ! .

فلم يمض أقل من عام على قيام ثورة الفتح حتى بدأ التحضير للقائه إسلامي كبير ، تدرس من خلاله السبل والوسائل التي تنهض بها الأمة من كبوتها ، فكان بذلك المؤتمر الأول للدعوة الإسلامية ، الذي كان اللبنة الأولى نحو مشروع تأسيس جمعية الدعوة الإسلامية العالمية .

المؤتمر الأول للدعوة الإسلامية

دُعي لثيف من العلماء والكتاب والمفكرين الإسلاميين لعقد هذا المؤتمر فكانت الاستجابة لهذا النداء العظيم أعظم ، فعقد المؤتمر الأول للدعوة الإسلامية بطنابلس خلال الفترة 13 - 18 شوال الموافق 11 - 16 الكتوتون عام 1970 ف .

وقد أصدر المؤتمر بياناً ختامياً كان أهم ما جاء فيه :

• يوكل المؤتمر للحكومة الليبية التي دعت لهذا المؤتمر ورعته أن تتصل بالحكومات الإسلامية الأخرى لتحديد التعاون والتنسيق والتنفيذ فيما يلي :

- تكوين هيئة عامة للمؤتمر من العالم الإسلامي ، ذات شخصية قانونية اعتبارية مستقلة ، مقرها الأساسي الجمهورية العربية الليبية ويجوز أن تنتقل بقرار منها إلى أي بلد إسلامي آخر ، كما يجوز أن يكون لها فروع في مختلف تلك البلاد بحسب الحاجة .

- كما أصدر المؤتمر مجموعة من النواحي التنظيمية الأخرى ، والتي ارتأينا عدم ذكرها توجهاً للإيجاز ، كما أنها لا تدخل في صلب الدراسة .

بانتهاؤ المؤتمر التأسيسي بدأت مرحلة جديدة من العمل الإسلامي المنظم ، أساسها نشر الإسلام والدعوة إليه ، وانتشرت نشاطات الجمعية في أفريقيا ، آسيا ، وأوروبا ، والأمريكتين واستراليا رافعة راية الإسلام والدعوة إليه (17) (ب م ، 2002 : 23 - 24) .

المؤتمر الثاني للدعوة الإسلامية

انعقد المؤتمر بمشاركة 134 جمعية وهيئة إسلامية و عدد من الشخصيات الدينية والعلماء المسلمين من 73 بلداً من مختلف قارات العالم ، وكان انعقاده يوم 14 / 9 / 1973 ف .

وقد أصدر المؤتمر التوصيات الآتية :

• إنشاء مجلس علمي للدعوة الإسلامية يكون بمثابة (المجلس التنفيذي) لهذا المؤتمر انعام للدعوة الإسلامية ، والذي يتكون من الشخصيات الإسلامية على أن يراعى في ذلك ما يلي :

• تكون لهذا المجلس الشخصية الاعتبارية المستقلة في إطار قانون جمعية الدعوة الإسلامية العالمية وإطارها الأساسي .
 • يتكون المجلس العالمي للدعوة الإسلامية من سنة وثلاثين عضواً ، يتم اختيارهم من بين أعضاء المؤتمر العام للدعوة الإسلامية الذي ينعقد في دورة عالمية كل أربع سنوات ، إلا إذا دعا المجلس التنفيذي لإجماع استثنائي .
 • يكون المقر الرئيسي للمجلس العالمي للدعوة الإسلامية بمقر الجمعية - بالجمهورية الليبية - ويجوز أن ينعقد في أي بلد آخر ، ويكون أمين جمعية الدعوة الإسلامية (أميناً) عاماً للمجلس ويتولى الجهاز الإداري شؤون الأمانة العامة لهذا المجلس .

• يجتمع المجلس العالمي للدعوة الإسلامية بناءً على دعوة من أمينه العام مرة كل سنة على الأقل ، وذلك لمناقشة قرارات المؤتمر العام ، وتوجيهاته ، وتحقيق أهداف الدعوة في جميع أنحاء العالم ، وبجميع الوسائل المختلفة ، كما جاء في قرارات المؤتمر الأول للدعوة الإسلامية وتوجيهاته ، وقانون الجمعية ونطاقها الأساسي .⁽¹⁹⁾ (ب م 1990 : 21-23) .
 وقد اكتمل بناء الصرح الإسلامي في المؤتمر الثالث للدعوة الإسلامية ، عندما تم إقرار جمعية الدعوة الإسلامية (جمعية عالمية) بحيث يكون اسمها هو (جمعية الدعوة الإسلامية العالمية) ومقرها طرابلس (بالجمهورية العظمى) ، وينفس الأهداف والأغراض المحددة بقانونها .

وبعد ذلك توالى انعقاد المؤتمر العام للدعوة الإسلامية منساقاً مع التطورات والمتغيرات السياسية على الساحة الدولية وعلاقتها بالوضع الراهن للأمة الإسلامية ، وقد مضى زهاء ستة وثلاثون عاماً على تأسيس جمعية الدعوة الإسلامية . وهي لم تفتأ في الدفع بمسيرة الدعوة إلى الله .. ومحاربة جميع الحركات التبشيرية التي تحد من انتشار الإسلام !
 وبفضل جهودها الجبارة استطاعت الجمعية أن تتبوأ مكانة إقليمية ودولية متميزة ، مما حدا بالمجلس التنفيذي لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم إلى رفع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية إلى درجة المستشار (باليونسكو) ، وذلك تقديراً من المجتمع الدولي لدورها في خدمة التعاون الدولي والتنمية .⁽⁷⁸⁾ (الربو ، 2005 : 6)

الأمهات

وضعت جمعية الدعوة الإسلامية العالمية مسارات ثابتة ، جعلتها مناهجاً في منطلقاتها وسير أعمالتها ، وأعلنتها أهدافاً لها من خلال :

- التعريف بالقرآن الكريم والعمل على تعليمه ، وحفظه ، ونشره بكل الوسائل المتاحة .
- التعريف بالسيرة النبوية الشريفة ، واستجلاء المثل العليا من حياته ﷺ .
- عرض الإسلام عرضاً شاملاً لجميع جوانبه في العقيدة والأخلاق ، والعبادات ، والمعاملات وتبرنته من المفاهيم المغلوطة ، والجدليات والتأويلات الغريبة عن جوهر هذا الدين الحنيف .
- تفسير القرآن تفسيراً يواكب كل فروع المعرفة والعلم .
- العمل على إعداد وتدريب الدعاة للقيام بواجب الدعوة على أكمل وجه .
- إعداد ونشر الدوريات ، والمجلات والموسوعات الإسلامية ، والكتب لعرض مبادئ الإسلام العالمية .
- التواصل والتعاون مع الجهات والمؤسسات الدينية والعلمية بما يحقق نشر الدعوة الإسلامية .

• نشر اللغة العربية بجميع الوسائل بوصفها لغة القرآن ، ومطالبة الدول الإسلامية بجعلها لغة رسمية وتدريبها في جميع أنحاء العالم .

- حث الدول الإسلامية بأن يكون القرآن الكريم شريعة المجتمع ، وتعديل شريعتها بما يتفق ومبادئ الإسلام . (18) (ب م ، 1990 : 13) .

(الهيكل التنظيمي العام لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية)

بمرور الزمن وتوالي انعقاد المؤتمرات والملتقيات الخاصة بالجمعية انتهى أمر الهيكل التنظيمي لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية إلى ما يلي :

• المؤتمر العام : وهو بمثابة الجمعية العمومية لجمعية الدعوة الإسلامية ، ويجتمع مرة كل أربع سنوات ، وتحظى بعضويته حوالي أربع مائة منظمة ، وهيئة ، ومؤسسة إسلامية من مختلف قارات العالم ومهمته وضع استراتيجيات العمل في خطوطها المريضة في ميادين العمل الإنسانية ، والثقافية ، والاجتماعية على مدى أربع سنوات ، ويختار المؤتمر ستة وثلاثين عضواً من بين أعضائه لعضوية المجلس العالمي للدعوة الإسلامية .

• المجلس العالمي للدعوة الإسلامية : ويجتمع مرة كل سنة في دورة عالية ، ليحول الإستراتيجيات وخطط العمل إلى برامج عملية وتفصيلية ، ويحدد لها الوسائل والإمكانيات اللازمة لتنفيذها ، وقد استضافت دورات المجلس السابقة الدول التالية : إندونيسيا ، المغرب ، مالي ، اليمن ، المالديف ، السنغال ، سرى لانكا ، الجماهيرية ، ماليزيا ... الخ .

• اللجنة التنفيذية للمجلس العالمي للدعوة الإسلامية : وتتكون من خمسة أعضاء ، يختارهم المجلس من بين أعضائه في أول اجتماع له ، وتجتمع مرة كل ستة أشهر بصورة دورية لعنابة توجيهات المجلس والإعداد لتوصياته ، ومن بين الأعضاء الأمين العام والمقرر العام للمجلس ، ويعتبر كل عضو من أعضاء اللجنة أميناً مساعداً للأمين العام فيما تقتضي الحاجة باتخاذ من إجراءات في مجت عمل اللجنة ، وتكون مدة عضوية اللجنة مساوية لمدة عضوية المجلس العالمي . (17) (ب م ، 2002 : 9-10) .

• الأمانة العامة وتتكون من :

- لجنة إدارة برئاسة الأمين العام ، ويكون عمله على سبيل التفرع ، وعدد من الأعضاء لا يقل عن خمسة ، في من توافرت لديهم الكفاءة ، والثقة ، والأمانة لتحقيق أهداف الجمعية ، ويتم تعيين الأعضاء وإعفاؤهم من مناصبهم بقرار من المجلس العالمي ، بناء على اقتراح الأمين العام .

- عدد من الوظائف والتقسيمات التنظيمية التي تحدد اختصاصاتها بقرار من لجنة إدارة الجمعية .

• لجنة إدارة الجمعية : تتولى لجنة إدارة الجمعية تحت إشراف أمينها إدارة شؤون الأمانة العامة للجمعية ، ونسيير أمورها وتوجيه نشاطها ، وتحقيق أهدافها . من اختصاصاتها ما يلي :

- الدعوة للمؤتمرات والندوات الإسلامية .

- إنشاء فروع ومكاتب للجمعية في الخارج .

- الموافقة على مشروع ميزانية الجمعية وحسابها وتنمية مواردها بالطرق الإسلامية المشروعة .

- وضع اللوائح الإدارية والفنية ، والمالية ، وجميع ما يلزم من لوائح وقرارات لتنفيذ أعمال الجمعية .

- دراسة التقارير التي ترد من فروع الجمعية ومكاتبها ، وتقييم ومتابعة أعمالها .
- قبول التبرعات والهبات والوصايا ، وإدارة الأوقاف المقدمة للجمعية .
- تعيين الموظفين وتدريبهم وتحديد اختصاصاتهم .
- المتابعة والإشراف على كلية الدعوة الإسلامية ، وبرامجها العملية والتعليمية .
- تكون اجتماعات لجنة إدارة الجمعية ربع سنوية ، بناءً على دعوة من أمينها ، ويعقد الاجتماع بمقر الجمعية ، ويجوز بقرار من اللجنة ووفقاً لدليل العمل أن يجتمع في أي مكان بدولة المقر ، أو أي دولة إسلامية أخرى .
- لا يكون صحيحاً اجتماع اللجنة إلا بحضور أغلبية الأعضاء ، وتصدر القرارات بأغلبية الحاضرين ، وفي حالة الشكوى يرجح الجانب الذي فيه الأمين العام ، وللجنة أن تدعو لحضور جلساتها من ترى الاستعانة بخبراتهم في المشاكل المعروضة دون أن يكون لهم حق التصويت .
- يجوز للجنة أن تشكل من بين أعضائها لجنة أو أكثر يعهد إليها ببعض اختصاصاتها ، كما يجوز لها أن تشكل من بين أعضائها أو من غيرهم لجنة أو أكثر لبحث ودراسة مسائل معينة مما يدخل في اختصاصاتها على أن تعرض مقترحاتها على لجنة إدارة الجمعية للنظر فيها .
- يتولى الأمين العام بصفته أميناً للجنة وإدارة الجمعية ، الأشراف على الجمعية ومراقبة سير عملها ، وإدارة اجتماعات لجنة الإدارة وتوقيع محضر جلساتها ، والعمل على تنفيذ قراراتها ، وإعداد مشروع الميزانية . والحساب الختامي . وإعداد جدول أعمال الجمعية . ويمثل أمين لجنة الإدارة الجمعية في علاقاتها مع الغير . وأمام القضاء ، ويوقع العقود والاتفاقيات التي تبرم مع الجمعية ، ويجوز له أن يفوض في بعض هذه الاختصاصات أحد أعضاء لجنة إدارة الجمعية ، أو المكلفين بإدارة التسييمات التنظيمية بها كلما دعت الضرورة لذلك .
- وللأمين حق التأديب ، والرقابة على موظفي الجمعية في الحدود التي تقررها اللوائح النافذة بالجمعية وإذا تغيب الأمين لظرف ما يقوم مقامه المقرر للمجلس العالمي. ⁽⁷³⁾ (بحي . 2002 : 532-534) .

الوظائف والتسييمات التنظيمية

تتكون الوظائف والتسييمات التنظيمية التي يصدر بإنشائها ويحدد اختصاصاتها قرار من لجنة إدارة الجمعية من مجموعة مكاتب هي :

- مكتب الشؤون العامة .
- مكتب الدعوة والمراكز الإسلامية .
- مكتب البحوث والإعلام والنشر .
- مكتب المؤتمرات والهيئات الدولية والإغاثة .
- مكتب المتابعة والمعلومات .
- مكتب الشؤون المالية .
- مكتب الاستثمار .
- مكتب المشروعات والتنفيد الذاتي .

وفيما يلي توضيح لاختصاصات ومهام المكاتب الإدارية الأربعة الأولى* .

• مكتب الشؤون العامة

وتتبعه الأقسام التالية:

• قسم الشؤون الإدارية ، ويختص بالآتي :

- تلقي المكاتبات الواردة ، وتسجيلها ، وإحالتها إلى المكاتب المتخصصة بالجمعية .
- تسجيل المكاتبات الصادرة وتوزيعها .
- تنظيم المحفوظات ومسك الملفات وحفظها .
- مسك سجلات القرارات التي تصدر عن لجنة الجمعية والأمين العام .
- القيام بأعمال الطباعة ، والتصوير والنسخ .
- القيام بأعمال الترجمة .
- ما يكلف به من أعمال أخرى .

• قسم شؤون العاملين ، ويختص بالآتي .

- تقديم الاقتراحات حول كل ما يتعلق بأمور التعيين ، والترقية ، والندب ، والإعارة ، والإجازات ، والنقل .
- إعداد وعرض المعلومات على لجنة شؤون العاملين ، وتنفيذ قراراتها .
- تنفيذ وتطبيق اللوائح والقرارات الصادرة عن لجنة الجمعية التي تنظم شؤون العاملين .
- تنظيم الملفات الشخصية .
- القيام بتدريب العاملين للرفع عن كفاءتهم .
- ما يكلف به من أعمال أخرى .

• قسم الشؤون القانونية . ويختص بالآتي :

- إبداء الرأي فيما يطلب إليه من استشارات قانونية ، وإعداد اللازم بشأنها .
- إعداد مشروعات اللوائح ، والقرارات المتعلقة بعمل الجمعية بالتعاون مع المكاتب المتخصصة .
- متابعة القضايا التي تكون الجمعية طرفاً فيها .
- صياغة مشروعات الاتفاقيات التي تبرمها الجمعية مع الجهات الأخرى .

• قسم العلاقات العامة ويختص بالآتي :

- ربط الصلة بين الجمعية والجهات الخارجية .
- القيام بشؤون سفر العاملين ، والمبعوثين .

* نرجو للإيجاز اقتصرنا في هذه الصفحات على توضيح اختصاصات ومهام المكاتب الإدارية التي أجريت حولها الدراسة الميدانية . لزيادة التفصيل حول بقية المكاتب الإدارية الأخرى انظر : كتاب جمعية الدعوة الإسلامية العلمية وأهدافها وسيرتها ودرها في نشر الدعوة الإسلامية . (طبع في الحرمه مكيه ، طرابلس ، منشورات الجمعية ، 2002 م)

• استقبال ضيوف الجمعية ، وترتيب جميع الأمور المتعلقة بإقامتهم وشفلاتهم وأداء الخدمات اللازمة لهم .

• الإشراف على الورش وصيانة سيارات الجمعية !!.

• ما يكلف به من أعمال أخرى. (73) (نفس المرجع السابق : 243 - 244) .

■ مكتب الدعوة والمراكز الإسلامية :

وتتبعه الأقسام التالية :

• قسم شؤون الدعوة والدعاة ويختص بالآتي :

- القيام والتكفل بواجب الدعوة ، والإسهام في تفسير القضايا التي تعترض الإسلام والمسلمين ، بما يتماشى والفهم

الصحيح للدين ، ودراسة المذاهب والفرق والتيارات الهدامة والرد عليها .

- اقتراح تعيين الدعاة وتنقلاتهم ، وإنهاء خدماتهم .

- متابعة أنشطة الدعاة ، وإعداد برامج عملهم ، وتقييم أعمالهم ، وتنظيم إجازاتهم .

- تنظيم الملتقيات ، والدورات التدريبية للدعاة والمدرسين .

- اقتراح إيفاد المكرمين من الدعاة لأداء فريضة الحج .

- اختيار المقراء خلال شهر رمضان وإيفادهم لمراكز الجمعية في الخارج ، وعقد دورات فكرية لهم ودراسة تقاريرهم .

- الاهتمام بموضوع المبتدئين الجدد إلى الإسلام والعناية بهم .

• قسم المؤسسات الإسلامية ، ويختص بالآتي :

- متابعة العمل بالمدارس ، والمراكز الإسلامية ، والمساجد والمؤسسات التي تربطها علاقات مع الجمعية .

- اقتراح إيفاد المدرسين ، والعلماء للقيام بواجب التنقيف الإسلامي بالمؤتمرات ، والمراكز الإسلامية ، ووضع الشروط

الواجب توافقها فيهم . من حيث المؤهل . والخبرة . والالتزام الديني . والشرطي . والخلقي .

- إعداد وتوجيه المناهج التعليمية ، والكتب المدرسية .

- الاهتمام بتعليم اللغة العربية ، ودورات التدريب التقني والفني .

- الاهتمام بالدراسات القرآنية ، والتشجيع على انتشارها بين المسلمين والمساهمة في المسابقات التي تعقد بهذا

الخصوص (19) . (بم ، 1999 : 18) .

بعض جهود وأشطة هذا المكتب

يعتبر مكتب الدعوة والمراكز الإسلامية من أكبر المكاتب التابعة لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، وهو أحد

الدعائم الكبيرة ، والأساسية للاستراتيجية الاتصالية للجمعية في نشر الدعوة الإسلامية .

فمن طريق هذه المراكز ، والفروع يتم التواصل المباشر مع الجاليات المسلمة في الخارج ، كما تسهل هذه المراكز

من عملية نشر الدعوة الإسلامية ، وعلى هذا الأساس قامت جمعية الدعوة الإسلامية العالمية من خلال مكتب الدعوة

والمراكز الإسلامية بالبناء والمساهمة في إنشاء العديد من المراكز والمساجد الإسلامية . كما أنه توجد عدة فروع للجمعية في مختلف قارات العالم ، منها على سبيل المثال - والتي تحظى بميزانية سنوية ثابتة - وهي :

المركز الإسلامي مالطا (والذي أقيمت عليه الدراسة التي بين أيدينا) .

• المركز الإسلامي (ادمنتون - كندا) .

• المركز الإسلامي (أوترخت - هولندا) .

• المركز الإسلامي (كوبنهاجن - الدنمارك) .

• المركز الإسلامي (قبرص) .

واهتماما بدور المراكز الإسلامية في نشر الدعوة الإسلامية ، جاء تأسيس الهيئة المشتركة لإنشاء المراكز الإسلامية الثقافية ، كنتاج مشترك للتعاون في المجال الإسلامي بين الجماهيرية العظمى ، ودولة الإمارات العربية المتحدة . ويهدف العمل المشترك إلى تقديم العون اللازم للأقليات الإسلامية للتفاوض بها اجتماعيا ، وثقافيا . وبمقتضى قرار من اللجنة الشعبية العامة ، أصبحت جمعية الدعوة الإسلامية العالمية شريكا للدولة الإماراتية المتحدة ، بدلا من الدولة الليبية في إنشاء تلك المراكز وتنفيذها . (17) (ب م ، 2002 ، 102) .

ولم تكن هذه المراكز الإسلامية مصادر للإغاثة فحسب ، بل كانت منابر دولية للدعاة الذين يتم إفادتهم من قبل الجمعية . وقد وضع مكتب الدعوة والمراكز لهؤلاء الدعاة برامج خطط عمل متكاملة ، ومتماشية مع الظروف المحيطة بها لمواكبة التطورات والمتغيرات وهي تظهر في :

• العمل على نشر هذا الدين ، والدعوة إليه بتوفير الإمكانيات المتاحة ، ووقوف الدعاة على أحدث أساليب الدعوة وفنونها .

• التركيز على تعليم المسلمين أمور دينهم ، وتوعيتهم وترشيدهم على التمسك بحقوقهم ، وأداء وواجباتهم . والأخذ بأسباب القوة لتحقيق العزة التي خصهم الله بها . وبناء على هذين الخططين كان لا بد للجمعية أيضا أن تعمل على توسيع ساحة دعائها لتعميم نور الله في أنحاء من العالم لازالت تعيش في ظلام دامس ! . وعليه فقد بلغ عدد دعائها " 638 " داعية موزعين على قارات العالم على النحو الآتي :

- القارة الأفريقية (314) داعية .

- القارة الآسيوية (237) داعية .

- القارة الأوروبية (61) داعية .

- الأمريكتان (26) داعية .

ويعتمد المكتب في اغلب الأحيان عند اختياره للدعاة على خريجي كليات الدعوة الإسلامية التابعة للجمعية والمتفوقين على دفعاتهم مع الأخذ في الاعتبار مدى حاجة الجمعية إليهم في بلدانهم التي تنشط فيها أعمال الجمعية .

* هذه الأرقام تشير إلى الفترة ما بين 1972 إلى 1995 . فزيادة التفصيل نشر طاب وحرمة بعين . جمعية الدعوة الإسلامية المنشية أهداها - وسيرتها - وبرنامجها من نشر الدعوة الإسلامية . (طرابلس ، منشورات جمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، 2006 ، ص 1) .

ويراعى في اختيارهم التحصيل العلمي ، والأخلاق ، والفنرة الجيدة على الفهم ، والتفكير السليم والإجادة الجيدة للغة العربية بالإضافة إلى لغتهم الأصلية .

ويقوم الداعية فور توليه عمله بموافاة الجمعية بتقرير شهري مفصل عن عمله ، ونشاطاته ، والرسة التي يؤديها ، والصعاب التي تواجهه .

ويقوم مكتب الدعوة والمراكز الإسلامية بتقييم أنشطة الدعاة من خلال تقاريرهم ، ومن ثم تعرض على مجلس إدارة الجمعية ، للنظر في أنشطة هؤلاء الدعاة ، ومدى التزامهم بالأساليب العصرية في الدعوة وما إلى ذلك .

وتجدر الإشارة إلى ان لكل مكتب أو فرع للجمعية في الخارج خطة عمل سنوية تقرر وتُنشر من أول السنة ، وينتهي العمل بها في نهاية العام (111) . (حربية ، 2007 : 1) .

▪ مكتب البحوث والأعلام والنشر

وتتبعه الأقسام الآتية :

• قسم البحوث والنشر ويختص بالآتي :

- مراجعة البحوث والدراسات والمخطوطات ، ومشاريع الكتب ، وإعداد ملخص بشأنها ، وإبداء الرأي فيها .
- عرض المعلومات ، واقتراح موضوعات وخطط البحث والدراسة .
- ترجمة البحوث والدوريات ، والكتب عن اللغة العربية وإيها وإعداد الكتيبات ، والبحوث ، والنشرات ، والمطبوعات ، والمنسقات .
- توثيق المعلومات .

- تنظيم المكتبة ، وتصنيفها بما يمكن من الاستفادة منها ، وتزويدها بالدوريات والبحوث والدراسات .

- القيام بربط الصلة بمراكز البحوث والدراسات والجامعات والهيئات المعنية المتخصصة .

- الاتصال بإدارة معارض الكتب ، للمشاركة فيها وتقييم المشاركة .

- إعداد المقترحات اللازمة لتطوير النضوبات وتقويمها بما يتلاءم ومتطلبات المكتبات .

- نشر الكتب والدوريات والمنسقات .

- إبرام العقود مع المؤلفين ، واستيفاء اجوانب القانونية المتعلقة بذلك .

• قسم الإعلام والتوثيق ويختص بالآتي :

- اجراء الاتصال بالهيئات والمنظمات ، والوكالات الإسلامية العالمية المتخصصة ، وإبرام الاتفاقيات معها .

- تنظيم المكتبة المرنية وتزويدها بما تحتاجه من أسطرة ، وتنظيم عملية توزيع وعرض ما تحمله من مواد إعلامية .

- الإشراف على معمل التسجيل ، والنسخ والتوليف والتصوير والاستماع .

- القيام بإجراء الاتصالات ، وطلب العروض واجراء الممارسات المتعلقة بالطباعة ، وإعداد الإجراءات اللازمة

لإعتمادها من لجنة إدارة الجمعية قبل ترتيب أي التزامات بشأنها ومتابعة تنفيذ العقود التي تبرم في هذا الخصوص .

- تصحيح المنسقات ، والأغلفة والمطبوعات المراد طباعتها ومراقبة هذه المطبوعات ، للتأكد من تطابقها للمواصفات

المطلوبة .

• قسم الدوريات والصحف ويختصن بالآتي :

- الإشراف فنياً وتحريرياً ، على إصدار الدوريات ، والعمل على تطويرها .

- ما يكلف به من أعمال أخرى .

بعض مبادرات وأنشطة هذا المكتب

أولت جمعية الدعوة الإسلامية العالمية اهتماماً ملحوظاً بوسائل الإعلام الجماهيري منذ السنوات الأولى لتأسيسها ، عندما خاضت لأول مرة تجربة الإعلام المقروء . خلال ملتقى الدعاة الأول الذي انعقد في مدينة طرابلس عام 1980 ف . حيث صدرت عن هذا الملتقى نشرة يومية ، اضطلعت بمهمة عرض النشاط الذي دار داخل الملتقى وتغطية أخباره ، وتناولت مواضيع فكرية تهتم المشاركين فيه ، وقد استطاعت هذه النشرة أن تحوز استحسان المطلعين عليها . ونظراً لرنود العمل الإيجابية حول هذه النشرة ، وتقديراً لأهمية الإعلام في ساحة الصراع الفكري والعقائدي والديني والسياسي في عالمنا المعاصر ، وما ينتج عنه من تأثيرات إيجابية وسلبية في تكوين الرأي العام وتعبئة الجماهير ، وترشيدها . وتبني القضايا ، والتصدي لمخططات أعدائها وتحريض المجاهدين الصادقين على محاربتها ، وهو ما يسهم إسهاماً فاعلاً في عملية صنع التاريخ وبناء المستقبل لأمتنا العربية الإسلامية ، تقرر أن تستمر تلك النشرة في الصدور ، وتحويلها إلى صحيفة شهرية تحت اسم " صحيفة الدعوة الإسلامية " فتم إصدار عددها الأول في شهر الثمور 1980 ف . وحتى تتمكن الصحيفة من توصيل رسالتها الإعلامية الداعية إلى اتباع سبيل الحق والتوحيد احتوت صفحاتها ملحقاً من ثلثي صفحات باللغة الإنجليزية ، والفرنسية ، وكانت هذه النقلة تمثل المرحلة الثانية في خطة تطويرها التي انتقلت إلى مرحلة ثالثة حيث بدأت تصدر أسبوعياً بانتظام بعد أن تم تطوير منظومة الجمع المرئي مما جعلها تستطيع القيام بجمع بعض المطبوعات و التعليقات التي تساعد في إعداد مادتها الصحفية (عربي ، إنجليزي ، فرنسي) (17) ب م 2002 : 51) .

كما استطاعت الصحيفة رغم الفترة القصيرة أن تبرم عدة اتفاقيات في مجال الإعلام مع كل من :

- صحيفة العروة الوثقى بسويسرا باللغة العربية ، والإنجليزية .

- مجلة الدعوة الإسلامية بروما باللغة الإنجليزية .

- صوت المدن الثلاثة بشيكاغو باللغة الإنجليزية .

- المركز الدولي في باريس الذي يمد الصحيفة بما يهيمها من قضايا الإسلام والمسلمين في فرنسا .

وقد أفاد أمين مكتب البحوث والإعلام والنشر في مقابلة أجراها معه الباحث بأن الصحيفة تصل إلى القراء في جميع أنحاء العالم تقريباً وأنها تقوم بإجراء بحوث القراء على فترات متباعدة ، وذلك باستخدام شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) ، كذلك تقوم الصحيفة برصد ومتابعة كل ما يكتب عن الإسلام في الدوريات الغربية . (18) (الجيلاني، 2007 : 1) بالإضافة إلى إصدار صحيفة الدعوة الإسلامية ، تم في الأعوام القليلة الماضية إصدار العدد الأول من مجلة التواصل وهي مجلة فصلية ثقافية شاملة ، تعني بطرح القضايا التي تهتم العالم الإسلامي ، ولم تتوقف نشاطات مكتب البحوث والإعلام والنشر عند هذا الحد فإطلاقاً من أهداف الجمعية التي أولت القرآن الكريم وعلومه اهتماماً خاصاً ، فقد صدرت عشرات الطباعات من المصحف الشريف بمختلف الروايات ، كما تم نشر أعداد كبيرة من الكتب والموسوعات

الإسلامية ، التي تعرّف بالفكر الإسلامي بلغات مختلفة ، مثل الإنجليزية ، والفرنسية ، والأسبانية ، والهندية فضلا عن اللغة الأمة اللغة العربية لغة القرآن الكريم .

كما شارك المكتب في العديد من المعارض الدولية للكتاب ، مما كان له الأثر الإيجابي في أحداث نوع من التواصل مع القراء ، والناشرين والتعريف بالجمعية .

كما قام المكتب بدعم العديد من الصحف والمجلات والدوريات الإسلامية مما مكنها من أداء رسالتها الإعلامية وتحقيق الهدف المشترك تجاه القضايا الإسلامية المختلفة⁽⁷³⁾ (يحيى ، 2002 : 352 - 354) .

• مكتب الاحترام والهيئات الدولية والإغاثية

وتتبعه الأقسام الآتية :

• قسم المؤتمرات ويختص بالآتي :

- الإعداد للمؤتمرات ، والندوات ، والملتقيات ، ومتابعة تنفيذ توصياتها .
- متابعة مشاركة الجمعية في المؤتمرات ، والملتقيات ، والندوات التي تنظمها المؤسسات الإسلامية ، ومتابعة وتوثيق توصياتها .

- العمل على تشكيل المؤتمرات الشعبية الإسلامية ومتابعة تنفيذ توصياتها .

- متابعة علاقات الجمعية مع الهيئات ، والمنظمات الإسلامية الأعضاء في المؤتمر العام للدعوة الإسلامية .

- العمل على توحيد الجهود الشبابية لخدمة الدعوة ، والدفاع عن قضايا المسلمين .

• قسم الهيئات الدولية والإغاثية ويختص بالآتي :

- متابعة عضوية الجمعية في الهيئات الدولية ، وما يترتب على ذلك من التزامات .

- تنسيق برامج العمل مع الهيئات والمنظمات ومتابعة الاتفاقيات المبرمة معها .

- الإعداد ، والتنظيم والإشراف على لقاءات الحوار الإسلامي المسيحي ، ومتابعة تنفيذ القرارات والتوصيات التي تصدر عنه .

- تقوية عرى التعاون بين الجمعية ، وتلك الهيئات والمنظمات وتوثيق نشاطاتها .

• قسم الإغاثية وشؤون اللاجئين ويختص بالآتي :

- تقديم الإغاثية ، والمساعدات للمحتاجين والمهجرين من ديارهم والمتضررين من الكوارث الطبيعية .

- التنسيق مع الهيئات والمنظمات الدولية في مجال الإغاثية .

- رعاية الأيتام تربوياً وثقافياً واجتماعياً ، والاهتمام بالمؤسسات والجمعيات التي ترفع شأنهم .

- دراسة أوضاع اللاجئين والمتضررين من الحروب والكوارث الطبيعية .

- اقتراح تنظيم القوافل الطبية الإسلامية ، وإعداد الدراسات اللازمة بشأنها .

- ربط الصلات بالهيئات والمؤسسات الدولية التي تعمل في هذا المجال⁽¹⁹⁾ (ب م ، 1999 : 19 - 20) .

عن طريق هذا المكتب ونشاطه استطاعت جمعية الدعوة الإسلامية العالمية أن تخطو خطوات واسعة نحو تحقيق أهدافها السامية .

فعلی صعيد التعاونات والاتفاقيات مع المنظمات الدولية عقدت الجمعية عدة اتفاقيات تعاون مع هذه المنظمات في مجالات العمل الإنساني والثقافي ، ويمكن الإشارة إلى بعضها على سبيل المثال لا الحصر :

• منظمة الصحة العالمية : حيث ترتبط الجمعية ، ومنظمة الصحة العالمية بعلاقات تعاون وثيقة ، وبينهما الكثير من البرامج الاستشارية .

• مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين : انطلاقاً من رسالتها السامية والإنسانية وقعت الجمعية معها اتفاق شراكة ، ينص على التنسيق في المجالات الإنسانية ، وخاصة على المستوى الميداني وتبادل الخبرات .

• اللجنة الدولية للصليب الأحمر : حيث ترتبط الجمعية مع المنظمة باتفاقية تعاون ، وتنسيق في المجالات الإنسانية .

• منظمة المؤتمر الإسلامي : تعد الجمعية عضواً مراقباً بمنظمة المؤتمر الإسلامي ، وترتبطان معاً بعدة وثائق وبرامج عمل مشتركة وقد انطلق هذا التعاون عام 1981 ف .

• المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (الإيسكو) : ترتبط الجمعية مع هذه المنظمة بعلاقات تعاون منذ عام 1984 ف . حيث يعمل الجانبان انطلاقاً من أهدافهما المشتركة في سبيل تنفيذ سلسلة من البرامج التربوية والتعليمية والثقافية في أنحاء عديدة من العالم من خلال اتفاقيات أبرمت بين الجانبين .

• اللجنة الإسلامية للهلال الدولي : أبرمت الجمعية مع اللجنة الإسلامية للهلال الدولي المنبثقة عن منظمة المؤتمر الإسلامي اتفاقاً في مجال رعاية الأمومة والطفولة في الدول الأفريقية .

• المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة (الأونيسكو) : أيضاً ترتبط الجمعية باتفاقيات وبرامج تعاون مع هذه المنظمة في العديد من المجالات المشتركة .

هذا بالإضافة إلى عقد اتفاقيات مع منظمات أخرى مثل :

- مركز الأبحاث لتاريخ والثقافة والعلوم الإسلامية (إسطنبول) .

- مصرف التنمية الإسلامي .

- رابطة الجامعات الإسلامية .

- معهد تاريخ العلوم العربية والإسلامية (فرانكفورت) .⁽¹⁹⁾ (نس هرجع السابق : 287 - 288) .

أما فيما يتعلق بعقد المؤتمرات والندوات ، فهي أكثر من أن تحصى في هذه الصفحات ، ولكن ما يمكن قوله في هذا الصدد أن الجمعية أولت اهتماماً كبيراً بالمؤتمرات والملتقيات التي اتخذت من الحوار شعاراً لها .*

فكان أولها ندوة الحوار الإسلامي المسيحي التي عقدت بمدينة طرابلس - الجماهيرية العظمى - عام 1976 ف . بدعوة من الجمعية ودولة الفاتيكان ، تحت إشراف جمعية الدعوة الإسلامية العالمية .

* قديم البحث . أثناء ترجمته بلحجة لإجراء الترميم الحديثة . مسطور ولقد مؤتمر " حوار الأديان من أجل السلام في أفريقيا " المنعقد بتاريخ 30 أغسطس (تمهيد) 2007 ف .

وقد شارك في هذه الندوة مجموعة كبيرة من المفكرين المسلمين والمسيحيين من مختلف أنحاء العالم ، وحضرها مراقبون وعلماء ورجال الدين المسيحي من كاثوليك وأرثوذكس وبروتستانت وكثير من رجال الفكر والسياسية ، والصحافة قدموا من أكثر من ستين دولة في العالم وتعتبر هذه الندوة من أوائل اللقاءات والحوارات بين الإسلام والمسيحية .

واستمرارا لهذا النهج في تفعيل دور الحوار ، نظمت الجمعية في السنوات القليلة الماضية ، وعلى هامش الندوة الرابعة عشرة للمجلس العالمي للدعوة الإسلامية من 20 - 23 من شهر الفتح من سبتمبر 2003 ف (ملتقى لتعارفوا) والذي حضر أعماله قرابة مائتي مشارك من العلماء والمفكرين والمهتمين بالحوار من المسلمين والمسيحيين .

إن المجلس العالمي للدعوة الإسلامية هدف من وراء عقد هذا الملتقى مساعدة المجتمع الإنساني والأخذ به بعيداً عن منزلقات الحروب والفن والصراعات التي استغل في بعضها القيم والدين استغلالاً انطلى حتى على بعض المؤمنين !¹⁰² . (الشريف ، 2005 : 1) .

وقد عكف المشاركون في هذا الملتقى على دراسة عدد من الأوراق والمداخلات التي تناولت مفهوم التعارف باعتباره نتيجة من نتائج الحوار الهادف الذي يعزز الاحترام المتبادل ، ويرفض الظلم ويقاوم الاستعلاء في الأرض ، ويؤسس العلاقة التعاونية بين الأقاليم والشعوب على أساس المساواة التي أكدتها الشرائع وعززتها المواثيق والأعراف الدولية ، وقد وجه المشاركون في هذا الملتقى (نداء) أسود (نداء طرابلس من أجل التعارف) تقدمه بشيء من الإيجاز :

"إننا المشاركون في الملتقى الفكري الحواري الذي نظمته وأشرفت عليه جمعية الدعوة الإسلامية العالمية ومجلسها العالمي قد ندارسنا أوضاع عالمنا وما تحف به من مخاطر نتيجة ابتعاد الناس عن الشرائع وانحرافهم على درب الحق وانحصار مساحة القيم والأخلاق في الحياة وظهور صور من العلاقات الجائرة بين الأمم والأفراد . فتوجه بهذا النداء إلى دعاة الخير ، والحق في عالمنا من أجل شر أفضل لأحيائنا ، وعالم انفتاح وأمن وسلام لمجتمعنا ويرتكز نداؤنا على الأسس والمبادئ التالية :

- كرامة الإنسان مبدأ أساس في كل الأديان والمعتقدات .
- التمييز بين البشر والمفاضلة بينهم على أساس ممارسة عنصرية لا يقرها دين ولا شريعة .
- تعميم الأحكام والتهاج أسلوب العقاب الجماعي ظلم كبير لأنه لا يؤخذ الأبرياء بجريرة غيرهم .
- التوجه إلى الجيل الجديد الذي يقع ضحية الحملات الإعلامية المضللة والمشوشة ، وذلك من خلال القيام بحملات ثقافية وإعلامية تركز على ما في الإسلام والمسيحية من مبادئ وقيم .
- إصدار نشرة دورية تتضمن عرضاً للأعمال والأنشطة التي تقوم بها المؤسسات والمنظمات والجمعيات الإسلامية في إطار الحوار والتعارف .

- مناقشة الجميع وخاصة الكتاب ، والإعلاميين ، والسياسيين بتجنب استخدام العبارات الاستعدادية .

- ضرورة الفصل بين المواقف السياسية ، والعقيدة الدينية .

ثم تلي هذا المؤتمر ندوة " وند سور " للتعارف المتعددة بدار سانت جورج ، بقعة وند سور (موسكو) بتاريخ 23 - 26 - 3 - 2004 ف . ويعتبر هذا المؤتمر متابعة لمؤتمر التعارف الذي انعقد بمدينة طرابلس بالجمهورية العظمى .

وقد دعا أمين عام جمعية الدعوة الإسلامية العالمية قلادة الفكر في العالمين الإسلامي والمسيحي لوضع خطة استراتيجية من أجل نشر مبادئ التعارف عبر العالم .

كما انعقد اجتماع في الفاتيكان (روما) بتاريخ 10 - 3 - 2004 بين الجمعية والمجلس البابوي للحوار بين الأديان وكان قيل أسابيع من انعقاد مؤتمر وند سور .

وتأسيساً على الملتقى الموسع الذي نظمته جمعية الدعوة الإسلامية العالمية تحت شعار التعارف ، وتنفيذاً لتوصياته عقدت الجمعية والمركز الإداري للدراسات والمعلومات ندوة إقليمية بالعاصمة الأردنية عمان يونيو 2004 تحت شعار " نحو خطاب عربي مسيحي مشترك للتعارف مع الآخر " .⁽⁷⁹⁾ (الربو ، 2004 : 98) .

وفي مقابلة مع أمين مكتب المؤتمرات والهيئات الدولية والإغاثة أفاد فيها : بأن الحوار هو أساس من أسس العقيدة الإسلامية ، ومبدأ أصيل من أصول الثقافة الإسلامية ، وهو وسيلة فعالة لتحقيق التقارب بين الناس .

ولقد ركزت المؤتمرات والملتقيات - التي دعت إليها الجمعية - التي عقدت من أجل الحوار حول التواسم المشتركة بين الأطراف التي تساعد على فتح آفاق واسعة أمام العمل الإنساني الموحد .

ويرى الأستاذ أن الحملة الإعلامية الغربية ضد الإسلام والمسلمين كبيرة جداً ، وهي تعرض الإسلام بصورة سحفة ، وقد وصل الأمر من بعض الجهات الحاكمة على الإسلام في الغرب إلى التدخل في تغيير بعض الثوابت الإسلامية .

كما يرى الأستاذ أيضاً أن من الخطأ أن نشير إلى الغرب ككتلة واحدة ، فهناك الكثير من الأصوات الغربية المنصفة ، وهذا ما حدا بالجمعية إلى الاهتمام بهذه الفئة ودعوتها إلى الحوار من خلال هذه المؤتمرات والملتقيات

وفي سؤاله حول مدى وجود أي استراتيجيات موحدة بين المنظمات الإسلامية الدولية في مجال عقد مؤتمرات الحوار بين الأديان خاصة فيما يتعلق بتوحيد الرؤى والافتراحت الإسلامية ، وكذلك مدى اهتمام الجمعية بوضع استراتيجية لعقد مؤتمراتها ؟ .

أفاد الأستاذ بأنه لا توجد استراتيجيات موحدة ، فليس هناك تنسيق جدي وفاعل بين المنظمات الإسلامية ، باستثناء بعض التعاونات بين الجمعية ومنظمة المؤتمر الإسلامي .

أما بخصوص الاستراتيجيات التي تضعها الجمعية لعقد مؤتمراتها فالأمر مرتين بانعقاد المؤتمر العام للدعوة الإسلامية الذي يحدد ويضع الاستراتيجيات البعيدة المدى لتحقيق الأهداف العامة للجمعية أما الاستراتيجيات القصيرة المدى فتوضع حسب المناسبات والظروف والأحداث الطارئة التي قد تمر بها الأمة الإسلامية⁽¹¹³⁾ . (الربو ، 2007 : 3) .

كانت تلك أبرز ملامح الهيكلية التنظيمية العامة لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية والتي حاولنا من خلاله تقريب وتوضيح الصورة الإدارية لهذه المنظمة مع التركيز على المكاتب الإدارية التي أجريت عليها الدراسة الميدانية ، وبعض

* لزيارة التنقيب حول ملتقى التعارف انظر مجلة " تعلموا " الدورة الرابعة عشرة لمجلس العلماء الدعوة الإسلامية . (طرابلس : منشورات جمعية الدعوة الإسلامية - 2003 ف) .

من أنشطتها ومجهوداتها في تنفيذ وتحقيق أهداف الجمعية . والشكل الأتي يوضح الهيكلية الإدارية (التنظيمية) العناسة
لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية .

التعريف بفرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية بجمهورية مالطا (المركز الإسلامي)

نشأة المركز الإسلامي (مالطا) وأهدافه الشأن

قبل أن نستعرض في الحديث عن تأسيس أو نشأة فرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية في مالطا (المركز الإسلامي) وجب علينا إلقاء نظرة خاطفة على البيئة المحلية للمركز - وهي جزيرة مالطا - والظروف التي ساعدت على قيام هذا المصرح الإسلامي الكبير .

التعريف بجمهورية مالطا

تقع مالطا في قلب البحر الأبيض المتوسط في منتصف الطريق بين جبل طارق ، والإسكندرية ، وجزيرة صقلية والشمال الأفريقي . ولهذا فقد كانت دائما منفرا رئيسيا للطرق التجارية للأطراف التجارية في هذا البحر المتلج .

تبعد مالطا عن المغرب العربي أو الشمال الإفريقي بحوالي 290 كيلومتر (180 ميلا) في حين تبعد عن جزيرة صقلية الإيطالية من الناحية الشمالية بحوالي 93 كيلومترا (58 ميلا) . وتبلغ مساحة مالطا الكلية ما يقارب 316 كيلومترا (122 ميلا مربعا) يشغلها حوالي أربعمئة ألف نسمة ، ثدين غالبيتهم - أي حوالي 95 % - بالمذهب الكاثوليكي ، ونظرا لصغر حجم الجزيرة فإن الكثافة السكانية فيها عالية تقدر بحوالي 1198 لكل كيلومتر مربع ، هذه النسبة تجعل منها ثالث أعلى بلد بالعالم من حيث الكثافة السكانية 94 % من سكان البلاد يسكنون في المدن ويتركز معظمهم في عاصمتها (فاليتا) إذ يقطنها أكثر من سبعين ألف نسمة ، وتبلغ نسبة الأجانب حوالي 5 % من مجموع السكان . (83) . (فروجا ، 2007 : 165) .

جزر الإسلام في مالطا

كانت مالطا تحت سيطرة بيزنطة عندما وصل إليها العرب ، وكانت ثدين بالانصرانية ، وقد اتخذ البيزنطيون من مالطا قاعدة لشن هجماتهم على البلاد الإسلامية في شمال أفريقيا ، لاسيما ليبيا ، وتونس ، وكان العرب يصدون هجمات الروم ويتعقبونها أحيانا إلى فواعدهم في مالطا .

وقد أرسل (الأغلبية حكام تونس) حملة إلى مالطا سنة 209 هـ ، بعد ذلك وإثر مقاومة عنيفة من المحتلين البيزنطيين دانت الجزيرة بالولاء إلى القوة الجديدة ، حين تمكنوا من فتحها بقيادة الخليفة الأموي عبد الله بن عبد الرحمن الثاني عام (250 هـ - 870 م .) ، وهكذا بدأت السيطرة الإسلامية على مالطا في منتصف القرن الثالث الهجري ، وانتشر الإسلام من خلالها بين سكان الجزيرة ، وهاجرت إليها عناصر عربية . واستخدمت اللغة العربية بين سكانها ، وتركت آثارها العربية في اللغة المالطية ، وانتشرت المساجد في أنحاءها ، وارتبط تاريخ الإسلام بها بتاريخ الإسلام في جزيرة صقلية ، ولهذا عندما قامت الحروب الصليبية في الشرق ثالث صقلية ومالطا الكثير من التحدي ، وقضى

المسلمين بالجزيرتين ألوانا من الاضطهاد والعسف ، فهاجر عشرات الآلاف من المسلمون من مالطا ، وخضعت الجزيرة لحكم (النورمانديين) في نهاية القرن الخامس الهجري .

وقد استفادت مالطا من هذه الحقبة المضيفة في تاريخها ، وبالرغم من وجود القدر القليل من الوثائق الدلائل المادية على وجود المسلمين في مالطا ، غير أن تأثيرهم في الثقافة المالطية كان كبيرا إذ أن كثيرا من أسماء الأماكن كانت مشتقة من اللغة العربية ليس اقلها (إمدنية) ، وهي العاصمة القديمة التي بناها العرب ولا زالت أطلالها ببقية شاهدا على تلك الحقبة .

ولا يوجد أدنى شك في أنه خلال ما يربو على ثلاثة قرون كان الإسلام عقيدة الأغلبية المطلقة من المالطيين . ولقد تم العثور على عدد كبير من القبور الإسلامية .

ورغم طول الفترة التي بقى فيها المسلمون بمالطا . إلا أنه لا توجد أطلال للمساجد ، ولم يتم اكتشاف سبيل إسلامية محددة . (83) (نفس المرجع : 168 - 169) .

المركز الإسلامي

يعيش في جزيرة مالطا اليوم أكثر من ثلاثة آلاف وخمسمائة مسلم ومسلمة ، تتزايد أعدادهم باطراد في إطار الحرية الدينية التي يكتفها الدستور المالطي ، حتى أصبح الإسلام اليوم الدين الثاني من حيث عدد معنقيه بعد الكاثوليكية ، وهي الديانة الرسمية للبلاد .

جمعية الدعوة الإسلامية العالمية وفي إطار اهتمامها بالمسلمين في كل مكان ، كان لها حضورها في مالطا منذ عام 1978 ف إبان نهاية عقد السبعينيات بدأت العلاقات الليبية المالطية تزدهر ، وتتطور خصوصا الصلات التجارية . ولكن بمرور الأيام تجاوزت هذه العلاقات حدود التجارة ، إذ أصبحت ليبيا من الأصدقاء والحلفاء المقربين لمالطا . وقد ساعدت التجارة مع ليبيا في تحقيق الازدهار ، وكان من الطبيعي أن يزور الكثير من رجال الأعمال الليبيين مالطا بانتظام ، وقد أقام عدد منهم بالجزيرة ، وتزوج بعضهم نساء مالطيات ، وإلى جانب الليبيين كان هناك عددا آخر من الجنسيات العربية بالإضافة إلى الجالية المسلمة من الجنسيات الأخرى ، ومن هنا كانت الحاجة ملحة لبناء مسجد يكون مكانا يسمح للمسلمين بممارسة شعائهم الدينية .

وقد قامت جمعية الدعوة الإسلامية العالمية بشراء قطعة أرض لبناء مركز إسلامي وتم لها بإذن الله ذلك الأمر . فوضع حجر أساس المركز الإسلامي في الثاني من يونيو عام 1978 مسيحي وقامت أمانة الإسكان بالجماهيرية بإعداد تصميمات المركز وتم بناؤه عام 1982 ف ، وافتتح المركز رسمياً يوم 19 من نوفمبر 1984 ف .

يشتمل المركز على مسجد يتسع لقرابة خمسمائة مصل ، ومكتبة ، ومكتب للإداريين . وقاعة محاضرات . وملاعب للأطفال ، والرياضة . ومنزل لإمام المسجد . كما يحتضن المركز مدرسة مريم البتول الابتدائية والثانوية . وتبلغ مساحة المركز (6700 م²) بطول (100 م) وعرض (67 م) ، وتبلغ مساحة المسجد (225 م²) . ويبلغ ارتفاع القبة (9,5 م) ، والمنشئة (31,5 م) .

أهداف المركز

تتعلق أهداف المركز من الأهداف العامة للجمعية ، ويحاول من خلال تواجده على المساحة المالطية بصفة خاصة والمساحة الأوروبية بصفة عامة تحقيق الأهداف التالية :

- يهدف المركز إلى خدمة الجالية الإسلامية بمالطا .
- تعريف الرأي العام المالطي بالإسلام وتصحيح بعض المفاهيم المغلوطة .
- كما يهدف المركز إلى توثيق العلاقات بين المسلمين والنصارى عن طريق تعزيز الحوار والتعاون من أجل الصالح العام .⁽¹¹⁹⁾ (نشنون ، 2007 : 1) .

الهيكل التنظيمي للمركز الإسلامي والهام (النقطة به)

الهيكل التنظيمي

يضم المركز حالياً الوحدات الآتية :

- أمين الفرع (منير المركز) مندوب جمعية الدعوة الإسلامية العالمية في مالطا .
- جهاز الدعوة ويضم :

- إمام وخطيب ، وداعية المركز الإسلامي .
- داعية متخصص في دعوة غير المسلمين من المالطيين وهو من أصول مالطية .
- داعية متخصص بمسكرات اللاجنين الأفارقة المتواجدين على الساحة المالطية .
- قيم المسجد .

- الجهاز الإداري والمالي والسكرتارية ويضم :

- وحدة الشؤون الإدارية والسكرتارية .
- وحدة العلاقات العامة .
- وحدة الاستعلامات .
- المكتبة .

- مدرسة مريم البتول .

- الخدمات العامة ، وتشمل :

- سائق المركز .
- منأوب ليلى للحراسة .
- موظفي النظافة .

وتضم كل وحدة من هذه الوحدات القوى البشرية التي تلزمها ، وإن كان عددهم ضئيلاً ، حيث يصل عدد الموظفين

في المركز (12) موظفاً فقط بالإضافة إلى عدد (18) كادر بمدرسة مريم البتول الإسلامية⁽¹¹⁹⁾ (نفس المرجع السابق :

(2) .

من خلال هذه الهيكلية يقوم المركز بوضع خطة عامة سنوية لنشاطه حسب الظروف ، والبيئة المحيطة بالاتفاق مع مكتب الدعوة والمراكز الإسلامية بالمقر الرئيسي للجمعية بطرابلس . ولا يقوم المركز ببحوث الاستقصاء للرأي العام للجالية المسلمة ، حول المشاكل التي تواجههم ، إنما يعتمد على الحضور الشخصي إلى المركز . كما أنه لدى المركز تعاونات واتصالات واسعة مع باقي المراكز الإسلامية الأخرى التابعة لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية . بالإضافة إلى التعاونات والاتصالات مع المنظمات الإسلامية الأخرى لتطوير العمل الدعوي ، كما أن للمركز تعاونات مع بعض المؤسسات المسيحية في مالطا مثل : مكتب الخدمات التبشيرية ، ومنظمة المعاقين .. الخ .

يقوم المركز بتقييم أعماله ، ويعتمد في ذلك على التقارير الشهرية التي يقدمها الدعاة المكونون من قبل المركز . ثم يتم عرضها على أمين مكتب الدعوة والمراكز الإسلامية ، في المقر الرئيسي للجمعية (119) (نشر المرجع السابق : 1-3) .

المهام المنوطة بالمركز

يضطلع المركز الإسلامي مالطا بمجموعة من المهام أو الأنشطة يمكن تقسيمها على النحو الآتي :

• **النشاط الاتصالي عبر وسائل الاتصال الجماهيري** ويتم ذلك من خلال الجهود التالية :

• **المطبوعات** أصدر المركز مجموعة من العناوين والكتب منها :

كتاب (الإسلام في الأندلس وصقلية وأثره في الحضارة والنهضة الأوروبية) باللغة العربية وتم ترجمته إلى اللغة المالطية ، وترجمة وطباعة كتاب (الوساطة في أحوال مالطة) إلى اللغة المالطية . كما تم إصدار ثلاثة كتب بالغة المالطية وهي :

(الإسلام باختصار) ، (المسيح عليه السلام في القرآن) ، (القرآن كتاب الله) . ولعل أهم المشاريع التي تعتبر تحت الإنجاز وهو مشروع ترجمة القرآن الكريم إلى اللغة المالطية الذي سيصدر قريباً كذلك أصدر المركز كتاب التعريف بالجمعية وأهدافها والمركز الإسلامي في مالطا ، بالإضافة إلى نشرات أخرى تتضمن مواقيت الصلاة باللغة العربية . والمالطية والإنجليزية ، وإسبوعية شهر رمضان في كل عام . كما يقوم المركز بتوزيع صحيفة الدعوة الإسلامية باللغة العربية والإنجليزية ومجلة التواصل الثنتين تصدرهما جمعية الدعوة الإسلامية في مقرها بطرابلس .

وقد أصدر المركز في الفترة ما بين 1987 - 1988 ف مجلة شهرية تحت اسم (الحوار) ، تختص بنشر أخبار المركز وبعض اللقاءات ، والحوارات الفكرية والمواضيع الإسلامية . وقد كتب في هذه المجلة الكثير من الصحفيين العرب والمالطيين ، وكثير من الشخصيات المسيحية ، والعلماء المسلمون ، الذين حاولوا الالتقاء مع بعضهم حول قواسم مشتركة . أيضاً تم إصدار صحيفة في نفس السنوات اسمها (الكلمة الطيبة) واهتمت بنفس المواضيع . غير أن هذين المطبوعتين لم تستمر فلم تكتب لهما الحياة نظراً للافقار إلى الإمكانيات المادية والكوادر البشرية المؤهلة لهذا العمل الإعلامي ، بالإضافة إلى فترة الحصار الظالم على الجماهيرية العظمى فقد كان له أثر بالغ على أداء عمل المركز .

• **الرد على الحملات الإعلامية الشرسة التي يشنها أعداء الإسلام والمسلمين من خلال وسائل الإعلام العامة في مالطا :**

يأخذ المركز على عاتقه مهمة الدفاع عن الإسلام في وجه الحملات الإعلامية المغرضة ، فمثلاً : يقوم دعوة المركز بالكتابة والرد في وسائل الإعلام المالطية المقررة والمسموعة والمرئية على هذه الحملات ، مثلما حدث في أزمة

الرسوم المسيئة لشخص النبي ﷺ، فقد قام المركز بإعداد حملات إعلامية كبيرة حول هذه الإساءة من خلال المقابلات التلفزيونية ، والمقابلات الصحفية .

وتجدر الإشارة في هذا السياق - إلى أن ظاهرة الرسوم المسيئة هذه دارت الأحاديث الكبيرة حولها ، في وسائل الإعلام المالطية بين منكر ومؤيد لها تحت شعار حرية التعبير! . وقد ألقى الباحث نظرة على أوشيف :مركز المتضمن لهذه الزنود والحملات الإعلامية ضد الرسوم المسيئة وغيرها من الأزمات التي مرت بها الأمة الإسلامية . ولم تكن قضية الرسوم المسيئة لشخص النبي الكريم ﷺ محكراً على الدنمارك ، فحتى مالطا كان لها نصيب من ذلك وإن لم يكن عبر الصحف ، فقد قام مجموعة من الشباب المجهولين بإلقاء رسوم ساخرة بالقرآن الكريم والرسول ﷺ أمام حرم مدرسة الفاتح ، وقد تلقى المركز الإسلامي رسائل اعتذار حول هذه الحادثة من وزارة الخارجية والعدل المالطية أبدوا أسفهم حول هذه التصرفات .

• الإسهام في إعداد بعض الموضوعات الصحفية ، والبرامج التلفزيونية والرد على التساؤلات التي تثار حول الإسلام والمسلمين في أجهزة الإعلام المالطي .

يفتح المركز أبوابه لكل من يرغب في التزود باحتياجاته من المعلومات ، والحقائق حول الإسلام والمسلمين ، وكذلك الراغبين في اعتناق هذا الدين ، وإشهار إسلامهم ، وإمدادهم بالمفاهيم الإسلامية الصحيحة ، ثم تأهيلهم ليكونوا دعاة لهذا الدين .

• (البجاضات) والندوات (اللقاءات) الفكرية (والفطب)

إذا كانت الدراسات العلمية الحديثة تؤكد أن الاتصال المواجهي يعد أقوى الطرق الاتصالية تأثيراً على الجماهير ، وأقدرها على تعديل الاتجاهات وتغيير الآراء والتأثير على السلوك فإن المسؤولية الإعلامية للمركز الإسلامي في هذا الصدد تأتي في مقدمة المهام الإسلامية التي يجب أن يأخذها على عاتقه ، لاسيما إن وسائل الاتصال المواجهي كانت ولا تزال تشعب دوراً فعالاً في نشر الإسلام ، والتعريف به منذ انبعاث نور الدعوة الإسلامية وحتى الآن. ويضطلع المركز الإسلامي بهذا النشاط من خلال الطرق والوسائل الآتية :

• خطبة الجمعة وخطب الأعياد والمواسم الإسلامية المختلفة

وتعد هذه الأعمال من أهم الأنشطة الإعلامية التي يقوم بها المركز وذلك للاعتبارات الآتية :

- إنه في يوم الجمعة والأعياد الرسمية تجتمع حشود كبيرة من المسلمين من مختلف الجنسيات للمشاركة في هذه المناسبات ، وسماع الخطب الدينية ، وأداء الصلوات ، وقضاء الحاجات .
- إن الأثر الإعلامي لهذه المناسبات على الجماهير يفوق تأثير وسائل الاتصال الأخرى ، نظراً للإمكانيات الكبيرة التي تمتلكها وقدرتها على استقطاب جماهير المسلمين التي جاءت لكي تتعرض وتشارك ولم تأت لتجادل وتناقش .
- إن الخطبة الدينية في هذه المناسبات يتم إلقاؤها باللغتين العربية والمالطية ، مما يتيح أوسع الفرص سواء للناطقين بالعربية أو المالطية لمتابعتها وفهم محتواها .

- إنه في مثل هذه المناسبات تتم اللقاءات الفردية والجماعية بين المسلمين في المسجد أو حوله لتبادل الآراء وعرض القضايا ومناقشة المشاكل التي تكتنف حياتهم .

• اعطاء الدروس الدينية

- يقوم المركز بإعطاء هذه الدروس عقب الصلوات في بعض الأحيان ، وكذلك في المناسبات ، وكذلك إعطاؤها للذين اضطرتهم الظروف لدخول السجن ، كما تقدم لهذه الفئة صلاة العيد ، بعد أن يتم أدائها في المركز . بالإضافة إلى إعطاؤها - أي الدروس الدينية - إلى اللاجئين الأفارقة في معسكراتهم في مثلها .

- تقام اللقاءات العامة التي ينظمها المركز مع كبار رجال الفكر الإسلامي بين الحين والآخر ، والذين يأتون من خارج مثلها لإلقاء المحاضرات أو عقد الندوات لمعالجة القضايا الإسلامية التي تعرضها الأحداث .

- قام المركز بعقد ندوات كثيرة لزوار المركز من طلبة المدارس الثانوية والجامعات ، وذلك لتعريفهم بالدين الإسلامي في جو يسوده الحوار الهادي والجدال بالتي هي أحسن فمثلاً :عقد المركز خلال عام 2006 مسيحي ثلاث ندوات هي :

(احترام الأديان بين حرية التعبير ومسؤولية الإعلام) ، وقد جاءت هذه الندوة على هامش قضية الرسوم المسيئة - الكاريكاتورية للرسول ﷺ في بعض الصحف الأوروبية ، وقد شهدت هذه الندوة حضوراً كثيفاً من الإعلاميين المالطيين وممثلي الأحزاب ورجال الكنائس .

أيضاً ندوة بعنوان (عيسى عليه السلام في الإسلام) . و (الإسلام والمسيحية مواجهة أم انسجام) . هذا بالإضافة إلى المشاركة في الندوات التي يدعى إليها المركز .⁽¹¹⁵⁾ (السعدي . 2007 : 1 - 2) .

■ (الفتاوى والأحكام)

يرد المركز على كافة الاستفسارات التي ترد إليه من مختلف الجهات التي تقصده باعتباره الجهة المعتمدة التي تلقى تأييد ورضا المسلمين على ضوء هذا فهو يدلي بالآراء والأحكام الإسلامية في مختلف القضايا والأحداث التي تعرض نفسها على الساحة الدولية والإسلامية بصفة عامة ، والتي تفرزها البيئة المالطية ، كما يلبي المركز احتياجات الأفراد الذين يقصدونه لوضع النقاط على الحروف في الأمور التي تتعلق بحياتهم الأسرية أو أعمالهم أو علاقاتهم ، ولا يعرفون أسلوب المعالجة الصحيحة لهذه المسائل ، وذلك من خلال الإفتاء وهي مهمة شاقة ومسؤولية كبرى بحسبها المركز في هذا المجتمع غير المسلم الذي تسوده عادات وتقاليد ومفاهيم تختلف عن نظيرتها في ديار الإسلام . عادات في العمل والكسب ، والخسارة ، وعادات في الزواج ، والطلاق ، وتربية الأطفال ، مفاهيم خاصة في علاقة الشباب بالفتيات ، والرجال بالرجال ، والنساء بالنساء ، عادات في الطعام ، والشراب والذبح ، والترفيه وغير ذلك . فكيف يتعامل المسلمون والذين دخلوا الإسلام حديثاً مع هذه المتغيرات التي منها ما قد يرفضه الإسلام شكلاً ومضموناً ، ومنها ما يتفق في جزئية منه مع تعاليم الإسلام ، ومنها ما ينسجم ويتلاءم مع المفاهيم والمثل الإسلامية .

وهنا تصبح الفتوى مهمة ليست سهلة ، وليست ميسرة ، وهي في حاجة إلى رجال على مستوى فكري عالٍ ، يتمتعون بعمق في ثقافتهم الإسلامية ، ولهم رؤية عصرية متطورة ، وفهم أوسع لمجريات الأحداث في الوقت الحاضر ،

وملكة التعامل مع مختلف الأمور والقضايا التي تعرض نفسها ، والتي قد لا يوجد لها نظير في العالم الإسلامي . ويتولى هذه المهمة في المركز الإسلامي (مالطا) إمام وخطيب وداعية المسجد .

▪ نشر الإسلام بين غير المسلمين ومنع الدلالات التي تدل على ذلك

يمنح المركز شهادة الدخول في الإسلام لمن اشتهروا إسلامهم ، وتحصل هذه الشهادة أهمية كبيرة لحاملها فتعطيهم حق أداء الحج والعمرة ، ودخول الأراضي المقدسة ، والتي تحرم على غير المسلمين ، ويمكنهم من الزواج من مسلمة ، وتعطيهم فرصة العمل في السواحل والبلاد الإسلامية ، وهذه الشهادة يمكن التصديق عليها من أي قنصلية تتبع أي دولة إسلامية .

ومما الجدير بالذكر - في هذا السياق - إن الإسلام يحقق انتشاراً بقرته الذاتية التي أودعها الله في هذا الدين وقوة بعض رجاله المخلصين في هذا العالم الغربي ، وتدل المؤشرات على أن معدل الذين يتردون على المركز لإشهار إسلامهم في زيادة مطردة .

وفي الحقيقة أن المناخ العام الذي يحكم الأوضاع السياسية والاجتماعية ، والاقتصادية في مالطا ، إلى جانب المتغيرات الكثيرة ، والتي فرضت نفسها على الحياة هناك تهيئ تربة خصبة لاقتحام الإسلام في هذا العالم الذي تعصف به الصراعات العنصرية والبشرية المختلفة .

▪ العبادات والشعائر الربنية

يأخذ المركز على عاتقه الفرصة الكاملة وتهيئة الظروف والمناخ المناسب لأداء العبادات والفرائض الإسلامية وذلك على النحو التالي :

- فتح أبواب المسجد من طلوع الفجر إلى ما بعد صلاة العشاء لأداء الصلوات الخمس جماعةً وأفراداً .
- يقوم المركز بالعمل على توفير الجو الروحي الملائم للاستماع أو قراءة القرآن الكريم ، ويأتي المركز على رأس الأماكن المفضلة لعقد مجالس القرآن والذكر .
- إتاحة الفرصة وتهيئة المناخ الديني المناسب لجميع المصلين الذين يكتظ بهم المسجد يوم الجمعة من كل أسبوع . ويزداد عددهم في فصل الصيف ، حيث ترتفع أعداد الزائرين إلى مالطا بوصفها بلداً يعتمد على السياحة كثيراً في نموه الاقتصادي ، وكذلك الأمر في عيدي الفطر والأضحى ، ولا يقتصر دور المركز في هذه الأعياد على العبادات فقط ، ولكن يتم فيها اللقاء ، والتعارف ، وتبادل الأخبار والمعلومات ، والمجاملات بين المسلمين في هذا البلد .
- في شهر رمضان يتضاعف عدد المترددين على المركز للإسهام في مختلف الفعاليات التي يضطلع بها كأداء الصلاة ، وقراءة القرآن والاستماع إلى الدروس الدينية ، كما تقدم لهذه الحشود موائد الإفطار الرضائي التي يقيمها المركز .

• يقوم المركز بتنظيم الاحتفالات الدينية وإحياء المناسبات والذكريات والأحداث الإسلامية المختلفة ، كذكرى فتح مكة ، وذكرى ليلة الإسراء والمعراج ، والمولد النبوي الشريف .. الخ . حيث يقضي المسلمون الثليل في المركز يرتلون القرآن ويستمعون إلى ما يلقى من أحاديث حتى مطلع الفجر .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الاحتفال بالمولد النبوي الشريف أصبح مؤتمر سنوي يقوم المركز من خلاله - عن طريق جهاز الدعوة - بالتحدث عن السيرة النبوية لسيد الخلق ﷺ ، وسكارم أخلاقه ، وعلى هامش هذه الأحاديث يقوم الداعية بذكر سيرة السيد المسيح عيسى عليه السلام !! وذلك أن اغلب المسيحيين يعتقدون أن الإسلام لا يعترف بالسيد المسيح عليه السلام .

وقد كان من إيجابيات هذا الاحتفال أن قام احد القسوسة في إحدى هذه السنوات - في حادثة فريدة في تاريخ المراكز الإسلامية - بإلقاء كلمة في مناسبة إحياء عيد المولد النبوي الشريف حول ميلاد السيد المسيح عليه السلام . بل أصبح هؤلاء القسوسة يشاركون المسلمين احتفالهم بالعيد النبوي الشريف ، وقد حذا بأحدهم أن قال ذات مرة في إحدى هذه الاحتفالات : " لاشك أن محمداً نبي مرسل ! " (115) (نص المرجع السابق : 4-5) .

■ (المجالات الإنسانية)

في المجالات الإنسانية يضطلع المركز بالمهام الآتية :

- جمع المعونات لمساعدة المنكوبين من المسلمين والذين أمت بهم ظروف صعبة ، والذين يتعثرون في حياتهم الاجتماعية أو العلمية بداخل مالطا وحتى خارجها في حالة الدول الإسلامية المنكوبة ، فمثلاً قد تم جمع التبرعات من قبل إدارة المركز لدعم القضية الفلسطينية وكذلك جمع التبرعات لضحايا حرب تموز بلبنان ، ولا ننسى اللاجئين الأفارقة الذين فروا من بلدانهم نتيجة اشتعال الحروب فيها . كما يقوم المركز بمساعدة التلاميذ الذين لا يقدر على دفع الرسوم أو ممن ألم بهم فقر منقطع ... الخ .
- يقوم المركز بجمع الزكاة من أثرياء المسلمين في مالطا وتوزيعها على فقراء المسلمين وفقاً للشرع الإسلامي .
- كذلك يقوم المركز باستقبال الراغبين في الزواج . وإنهاء إجراءاتهم وفق الشريعة الإسلامية . وقد قام المركز بإتمام (730) زيجة منذ فترة تأسيسه وحتى الآن ، وفي هذا الصدد فإن المركز يقوم بالتسهيلات . والمساعدات اللازمة لهذا الغرض ، منها إعداد الملاب ، والقاعات التي يلتقي فيها المدعون ، وتقديم الخدمات اللازمة لهذا الغرض .
- كما يقوم المركز بتسوية الخلافات بين الأزواج ، وأفراد الأسر المسلمة ، وفي حالة تعذر الإصلاح بين الزوجين يلبي المركز طلباتهم في الافتراق بالمعروف ، وقد أنهى المركز إجراءات 85 حالة طلاق منذ تأسيسه وحتى الآن ، هذا بالإضافة إلى فك الخلافات بين الشركاء في الأعمال والتجارة .
- ولا يغفل المركز ممن اضطرتهم الظروف إلى دخول السجون أو الإصلاحيات من أبناء المسلمين في مالطا ، فيقوم بتنظيم الزيارات لهم ويرسل لهم المطبوعات والهدايا في الأعياد ، والمناسبات المختلفة ، كما يرسل دعاء لتوجيههم والتسرية عنهم وإرشادهم والصلاة معهم .

• كذلك ينظم المركز زيارات لمرضى المسلمين بالمستشفيات ، ويقدم لهم الهدايا والمصاحف ، والكتب والمجلات الدينية .

• في ذات الإطار - أيضاً - يقوم المركز بتجهيز الموتى ودفنهم حسب الشريعة الإسلامية . وبالنسبة للمقبرة فإنه في السابق كان لا يوجد مقبرة إسلامية مستقلة فحتى عام 1995 ف كان المركز يدفن الموتى من المسلمين في مقبرة تركية ، ثم بعد ذلك العام رفض الأتراك ذلك بداعي أنها مقبرة تاريخية أثرية وأن الدفن فيها يذهب عنها صورتها التاريخية !! ، وهي فعلاً أنشئت عام 1874 ف لدفن الجنود الأتراك الذين ماتوا في معارك تلك الحقبة . ثم بعد ذلك أصبح الدفن يتم في مقبرة النصارى في زاوية من المقبرة ثم الحصول عليها من الحكومة المالطية لدفن موتى المسلمين إلى حين !! .
ثم بعد ذلك قدم المركز طلباً للحكومة المالطية 1996 ف . للحصول على قطعة أرض لبناء مقبرة خاصة بالمسلمين ، وبحمد الله تم الموافقة عليها عام 2001 ف ، وتم تصريح الدفن فيها عام 2007 ف ، ودفن فيها حتى الآن 4 أشخاص (115) . (نفس المرجع السابق : 6) .

▪ (النشاط الثقافي)

يحتوي المركز على مكتبة كبيرة تتضمن أعداداً كبيرة من العناوين المختلفة في شتى فروع العلم والمعرفة الإسلامية والآداب العربية ، والمكتبة مفتوحة في أوقات الدوام الرسمي للمركز ، وللأسف أن المترددين والزوار لهذه المكتبة عددهم قليل جداً ، فلا يوجد إقبال كبير على الإطلاع والقراءة فيها. (119) (تسوّس 2007 : 2) .

▪ (الدور التعليمي والتربوي للمركز)

يتمثل الدور التعليمي والتربوي للمركز في مدرسة مريم النبول الإسلامية هذا النموذج التعليمي الإسلامي الفريد من نوعه .

أنشئت هذه المدرسة بتاريخ : 10/11/1997 ف . وتتخذ من المركز الإسلامي بفرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية مقراً لها ، لديها ترخيص رسمي من وزارة التعليم المالطية بمزاولة نشاطها كمدرسة ابتدائية (رقم 210) بتاريخ 23/3/1998 ف ، (ورقم 210) بتاريخ 1/3/2007 كمدرسة ثانوية .

وتخضع المدرسة لمراقبة ومتابعة وزارة التعليم المالطية وتلتزم بتضمها العامة ، وتعتمد المدرسة المنهج الدراسي المالطي المحلي ، كما تعتمد منهج اللغة العربية ، والتربية الإسلامية المخصص بها ، لغة التعليم هي الإنجليزية ، وتعتبر اللغة العربية مادة أساسية وإلزامية لجميع التلاميذ في جميع المراحل ، وتعتبر اللغة المالطية إلزامية للتلاميذ المالطيين واختيارية لمن سواهم تضم المدرسة مرحلة الروضة ، والمرحلة الابتدائية ، والمرحلة الثانوية .

أهداف المدرسة

• الحفاظ على الهوية الثقافية الإسلامية لأبناء المسلمين المالطيين ، وأبناء المسلمين من الجنسيات الأخرى المقيمين في مالطا وذلك بتأمين تعليم الدين الإسلامي ، واللغة العربية ، وتوفير التعليم العصري في إطار القيم الإسلامية .

• العمل على إدماج أبناء المسلمين في المجتمع المالطي مع الحفاظ على الهوية الإسلامية .

• تعزيز قيم التسامح والحوار والاحترام المتبادل والتعايش والتضامن المشترك بين المسلمين ، واتباع الديانات والشرائع الأخرى .

• تعزيز القيم الأخلاقية والسلوكية في المجتمع .

تضم المدرسة في العام الدراسي 2007-2008 (عدد 170) تلميذا وتلميذة ، معظمهم يحملون الجنسية المالطية ، والبقية من دول مختلفة مثل : الجماهيرية ، سوريا ، الأردن ، فلسطين ، مصر ، إنجلترا ، تونس ، العراق ، بنغلادش . ويضم طاقم المدرسة مديرة وسكرتيرة وعشرة معلمين للمواد المتعلقة بالمنهج المالطي ، وثلاثة معلمين للغة العربية ، والتربية الإسلامية ، ومعلم تربية بدنية ، ومساعدتين في الروضة .

تبلغ ميزانية المدرسة السنوية (100,000) مائة ألف ليرة مالطية تقريبا ، تشمل الرواتب : (75,000) ليرة مالطية ، والتأمينات الاجتماعية (20,000) ليرة ، والأجهزة والوسائل التعليمية والقرطاسية والنشريات (5,000) ليرة مالطية . يتم تمويل المدرسة من الرسوم الرمزية المقررة التي يدفعها أولياء الأمور القادرين فقط (40,000) ليرة ، والدعم المالي الذي تقدمه جمعية الدعوة الإسلامية العالمية الأم (30,000) ليرة من الصدقات والزكاة ، وتبرعات الأفراد والشركات وهي مصادر دخل غير منتظمة ، كما تفضلت الجمعية مشكورة بتوفير مقر المدرسة ، وتحمل نفقات الكهرباء والماء والخدمات الأخرى .

وتعاني المدرسة عجزا سنويا مزمنًا بسبب رمزية الرسوم وعدم تغطيتها للمصارف التعليمية للمدرسة ، وبسبب سوء الوضع الاقتصادي بمالطا ، وانخفاض قيمة التبرعات من الشركات والأفراد ، وعجز بعض أولياء الأمور عن دفع الرسوم كاملة بسبب محدودية دخلهم ، ووجود عدد من التلاميذ الأيتام ، واللاجئين غير القادرين على دفع الرسوم ، وارتفاع تكاليف المعيشة والتعليم بمالطا ، وعليه فقد قامت المدرسة بتقديم طلب رسمي إلى وزارة التعليم المالطية للحصول على دعم مالي أسوة بالمدارس الكاثوليكية لأنها تضم تلاميذ مالطيين ومعلمين مالطيين أيضا ، وتقدم تعليمًا دينيًا كذلك المدارس الخاصة ولم تَبث الوزارة في الأمر بعد كم تحاول المدرسة الحصول على دعم مالي من مؤسسات الاتحاد الأوروبي (118) (مازيا ، 2007 : 1-2) .

دور المدرسة في تعزيز الوجود الإسلامي بمالطا . ونشر قيم التسامح والتعايش المشترك

• تعتبر مدرسة مريم البتول المدرسة الوحيدة من نوعها بمالطا في تعليم المنهج المحلي . واللغة العربية والتربية الإسلامية ، وبذلك تساهم في الحفاظ على الهوية الإسلامية الثقافية لأبناء المسلمين ، وتعزيز الوجود الإسلامي .

• تعتبر المدرسة الوحيدة من نوعها في التعاون بين أتباع الأديان في حقل التعليم ، حيث يعمل فيها المعلمون المسلمون والنصارى جنبًا إلى جنب لتعزيز قيم التعايش ، والتفاهم المشترك ، وتنشئة الأجيال على قيم الاحترام المتبادل ، والتعايش المشترك .

• حققت المدرسة نتائج ممتازة في امتحانات الشهادة الابتدائية الرسمية العامة ، حيث بلغت في إحدى السنوات مائة بالمائة ، وأعطت صورة طيبة عن المسلمين والإسلام .

• ساهمت في اندماج المسلمين بالمجتمع المالطي .

• ساهمت في إدخال الثقافة العربية الإسلامية إلى بيوت المالطيين .

• ربطت المسلمين بالمركز الإسلامي ، وعززت التزامهم الديني والقومي .

• قدمت نموذجاً حضارياً و متقدماً عن المسلمين ، وساهمت في تغيير الصورة السلبية الشائعة بشأنهم .

زارها المفتشون التربويون وأشدوا في تقاريرهم بمستواها العلمي الممتاز ، زارها رئيس الجمهورية السابق البروفسور جويود نيماركو ، ووزير التعليم المثلطي ، ورئيس جمهورية المالدنييف ، ووزير خارجية ماليزيا ، وسفراء بروناي ، وماليزيا والولايات المتحدة ، والنمسا ، وديبلوماسيون من السفارة الفرنسية ، والسفراء العرب المعتمدون في مالطا . وزعيم حزب العمال ورئيس الوزراء السابق الدكتور الفرد سانت ، وكانت المدرسة محل إعجاب الجميع ، وتقديرهم لرسالتها ودورها في تعزيز قيم التسامح والتفاهم المشترك .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن مديرة المدرسة الاستاذة مازيا كاميليري (عضو البرلمان سابقاً) مسيحية . وقد خطت بالمدرسة خطوات واسعة ، نحو النجاح وتحقيق أهدافها ، وقد فتحت للمدرسة من خلال علاقاتها في النولة أبواباً كبيرة مكنت المدرسة من النجاح والتقدم .

وفي الأونة الأخيرة دعيت هذه المديرية من قبل السفارة الأمريكية في مالطا للمشاركة في مؤتمر دولي في (فينا) يدور حول التفاهم الإسلامي المسيحي في مالطا وقد ألفت كلمة أشادت فيها بالتعايش المسيحي الإسلامي في مالطا - باستثناء بعض الإشكاليات مثل قضية الرسوم المسيئة للقرآن الكريم والرسول ﷺ التي ألقاها مجهولون أمام حرم مدرسة الفاتح كما اشرفنا من قبل أو الهجمات التي يشنها بعض الإعلاميين بين الحين والأخر ضد الإسلام - وأعطت المدرسة نموذجاً راقياً لهذا التعايش .⁽¹¹⁹⁾ (نشور ، 2007 : 4) .

و أخيراً لقد عاين كاتب هذه السطور بالملاحظة - عن كثب - بعض هذه الأنشطة وخرج بالحقائق التالية :

- إنه في غياب استراتيجية اتصالية شاملة قائمة على البحوث ، والتخطيط ، والتنظيم ، والتفويض ، ويقصد بها في هذا الصدد التطبيق العلمي والسليم للعلاقات العامة في مجال الدعوة الإسلامية - فإنه سيشق على المركز الإسلامي بمالطا تحمل المسؤولية الدقيقة في حمل أمانة الدعوة بكفاءة وفاعلية .
- يتزايد عند المسلمين في مالطا ، وبذلك يزداد عدد رواد المركز ، وكذلك الطلبة في مدرسة مريم البتول وبظروف المركز الحثيئة . وكذلك الطاقات البشرية الموجودة به . لن يتمكن من تلبية الاحتياجات اللازمة لكل هذه الأعداد في مختلف المجالات .
- لا يستطيع المركز بطاقته البشرية المحدودة وإمكاناته غير الكافية مواجهة الهجمات المضادة والرد على الحملات التبشيرية التي يشنها أعداء الإسلام والمسلمين - على الأقل في الغد القريب وما يحمله من مستجدات يجب أن توضع في الحساب - في وسائل الإعلام الأوروبية بصفة عامة والمالطية بصفة خاصة .
- لا تزال المكتبة في حاجة إلى مزيد من المراجع العلمية والثقافية والكتيبات الإعلامية والدورية ، وكذلك الرسائل السمعية والبصرية ، كما أنه يعوزها استخدام النظم الحديثة في حفظ وتوثيق المعلومات ، وكذلك تفنقذ المركز إلى قاعة أو مقهى لشبكة المعلومات الدولية الانترنت ، كما تفنقذ إلى الدعم المالي لتحقيق هذه الأغراض .
- والمسألة هنا في حاجة إلى رقعة موضوعية لإعادة النظر في الإمكانيات البشرية الحالية ووضع تخطيط علمي وتبني قدرات خاصة لاستثمار المتغيرات المستجدة ، والإستفادة من مختلف الظروف المتاحة . ولكن وبالرغم مما

ذكر يمكن القول أن القائمين على المركز لم يدخروا وسعاً في تحقيق الأهداف التي أسس من أجلها هذا المركز فهم - بحق - يتفانون في أداء رسالتهم على الوجه الأكمل .

الفصل الثالث

تمهيد

الدراسة الميدانية

- دراسة جهازي العلاقات العامة
- دراسة جهاز العلاقات العامة بالإدارة الرئيسية للجمعية (بظرابلس)
- دراسة جهاز العلاقات العامة بإدارة فرع الجمعية بمناط (المركز الاسلامي)
- دراسة الجمهور الداخلي للعلاقات العامة
- دراسة الجمهور الخارجي للعلاقات العامة

تمهيد

في هذا الفصل تم تناول الجانب الميداني لهذه الدراسة والمتمثل في عرض وتحليل ما تم التوصل إليه من بيانات ومعلومات بعد تفريغها من استمارات الاستبيان والاستبيان .

وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة محاور وهي :

الأول : تم فيه عرض وتحليل البيانات والمعلومات التي توصلت إليها الدراسة من إجراء المقابلات مع المسؤولين عن جهازي العلاقات العامة في كل من المقر الرئيسي للجمعية بطرابلس ، وفرعها بمالطا ، وكذلك المقابلات اللتان أجراهما الباحث مع كل من :

داعية المركز المختص بدعوة غير المسلمين من المالطيين وغير المالطيين ، وداعية المركز المكلف باللاجئين الأفارقة بمالطا الذين يتواجدون بمعسكرات أعدتها لهم الحكومة إلى حين ! .

الثاني : تم فيه عرض وتحليل ما تم التوصل إليه من معلومات وبيانات من خلال الدراسة الميدانية

للجمهورية الداخلي للعلاقات العامة بالمقر الرئيسي للجمعية بطرابلس ، وقد بلغ عدد الجداول ثمانية عشر جدولاً .

الثالث : تم فيه أيضاً عرض وتحليل ما تم التوصل إليه من معلومات وبيانات من خلال الدراسة الميدانية للجمهور

الخارجي للعلاقات العامة المكون من رواد المركز الإسلامي مالطا ، وقد وصل عدد الجداول إلى ثلاثة عشر جدولاً .

ورئاسة جهاز العلاقات العامة بكل من الدائرة العامة الرئيسية جمعية الدعوة الإسلامية العالمية بظرابلس فروعها (جمهورية مالطا)

في الأسطر القادمة سيتم الإجابة على الفئة الثانية من مجموعة الفئات التي ذكرت في الإطار السنجي ، والتي تتضمن مجموعة من التساؤلات حول جهاز العلاقات العامة بكل من الإدارة الرئيسية لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية بظرابلس ، وفروعها بجمهورية مالطا .

حيث تم تحديد هذه الأسئلة وتنسيقها وطرحها على المسؤولين عن الجهازين على شكل مقابلة شخصية من خلال صحيفة استبيان تم تحديد كافة الأسئلة بداخلها ، وقد طرحت الأسئلة على المسؤولين بشكل شفهي حتى يسهل ملء الاستبيان . ولم تكن هناك أي صعوبات في إجراء تلك المقابلات ، والتي كان عددها اثنين ، حيث أظهرت تلك المقابلات مجموعة من النتائج تتركز في الآتي :

جهاز العلاقات العامة بالدائرة العامة (الرئيسية) للجمعية بظرابلس

من خلال إجراء مقابلة شخصية مع مسؤول العلاقات العامة بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية تم التوصل إلى:

• أن مفهوم العلاقات العامة لديه - أي المسؤول عن العلاقات العامة بالجمعية - قد انبثق من واقع الأنشطة التي أنيطت بجهاز العلاقات العامة فهي عبارة عن عملية استقبال ومرافقة وتوديع ضيوف الجمعية ، وليس من الشطط إذا قلنا أن المسؤول عن العلاقات العامة بالجمعية لا يلم بأي معرفة علمية عن هذه الوظيفة التي يمارسها .

• أما عن الأنشطة التي يمارسها جهاز العلاقات العامة فيمكن تحديدها في الآتي :

- استقبال ضيوف الجمعية ، وتوفير كل ما يلزم لمراسم الاستقبال مثل : تجهيز السيارات لنقل الضيوف إلى الفنادق ، وإعداد المأدب الغذائية ، و القيام برحلات ترفيهية للضيوف داخل المدينة ، كذلك توزيع آخر منشورات الجمعية عليهم .

- تمارس العلاقات العامة في الجمعية من خلال قسم خاص بها تسميته الوظيفة (قسم العلاقات العامة) - وهو يتبع مباشرة مكتب الشؤون العامة وتتبعه الوحدات التالية :-

- وحدة الخطوط ومهمتها إصدار التذاكر .

- وحدة التأشير ومهمتها إصدار التأشيرات .

- وحدة المطار ومهمتها استقبال الضيوف .

- وحدة الحركة ومهمتها توفير السيارات لنقل الضيوف .

- وحدة الجوازات ومهمتها إصدار الجوازات وتحديثها .

ويوجد بكل وحدة عند موظف واحد ، بالإضافة إلى رئيس القسم ، ولا يحمل أي أحد من هؤلاء المسؤولين

مؤهلا علمياً في العلاقات العامة .

• يرتبط قسم العلاقات العامة بعلاقة مباشرة مع مجلس إدارة الجمعية ، وتتحدد هذه العلاقة في إزالة العوائق التي

تواجه العلاقات العامة عند القيام بأنشطتها .

- لا توجد أي أهداف محددة لجهاز العلاقات العامة .
- لا يقوم الجهاز بأي وظيفة علمية من وظائف العلاقات العامة مثل (التخطيط والبحوث) فاما عن وظيفة التخطيط فهي من اختصاص عمل مجلس إدارة الجمعية . وأما عن البحوث فنشاط العلاقات العامة – على حد رأي مسؤول العلاقات العامة – لا يحتاج إلى بحوث ودراسات !.
- أما عن وسائل الاتصال التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي والخارجي فتأتي حسب الأهمية كالآتي :
 - البريد المباشر .
 - الإعلانات الحائطية .
 - النشرات .
- ويلاحظ أن نشاط العلاقات العامة من خلال استخدامها لهذه الوسائل يقتصر على الجمهور الداخلي فقط ولا توجد لها أي نشاطات مع الجمهور الخارجي .
- تتوفر لجهاز العلاقات العامة الإمكانيات والوسائل اللازمة في حدود الأعمال المكلف بها من هذه الوسائل :
 - معدات للطبع ، ووسائل للنقل ، ووسائل الاتصالات .
 - هناك مكاتب إدارية تقوم بأعمال تعتبر من صميم عمل العلاقات العامة هذه المكاتب هي :
 - مكتب البحوث والإعلام والنشر .
 - مكتب الدعوة والمراكز الإسلامية .
 - مكتب المؤتمرات والهيئات الدولية .
 - مكتب المعلومات والمتابعة .
- لا توجد ميزانية خاصة لجهاز العلاقات العامة بالجمعية ويرجع ذلك إلى ضعف دور العلاقات العامة مما يقلل من تخصيص ميزانية لها .
- يقترح المسؤول عن العلاقات العامة بالجمعية .
 - توفير الكوادر المتخصصة والمؤهلة علمياً في المجالات المعتمدة للعلاقات العامة .
 - توسيع نطاق نشاط العلاقات العامة بما يتواءم مع أهداف جمعية الدعوة الإسلامية العلمية .
 - توفير الميزانية الكافية .
 - في ضوء الواقع الفعلي للعلاقات العامة بالجمعية يرى المسؤول عنها أنها وظيفة أساسية للجمعية لا غنى عنها .
 - ولا توجد أي إضافات أخرى للمسؤول عن جهاز العلاقات العامة بالإدارة (الرئيسية) لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية بطرابلس. (109) (البيزدي ، 2007 : 1-3) .
- من خلال العرض السابق يلاحظ أن العلاقات العامة تشكو من غياب الأسس العلمي في أداء مهامها سواء على مستوى الأهداف أو الأداء أو الكادر المتخصص .

فهي إذا لا تحظى بمكانة إدارية رفيعة داخل الهيكل التنظيمي للجمعية ، ولا شك عندنا في حقيقة واحدة نعتقد أنها تلم شعث الخلاف كثيراً . حول أسباب هذا التهميش للعلاقات العامة داخل الجمعية . بعد طول التأمل فيها وهي أن العلاقات العامة مقطعة الأوصال داخل الهيكل التنظيمي للجمعية .

فيمكن رؤية بعض مناشطها في مكتب البحوث والاعلام والنشر ، ومكتب المؤتمرات والهيئات الدولية ، ومكتب الدعوة والمراكز الإسلامية ولقد أثرنا التركيز على هذه المكاتب لأننا في إطار الحديث عن العلاقات العامة كمهنة متخصصة ، أي العلاقات في مجال الدعوة الإسلامية .

جهاز العلاقات العامة بفرع جمعية الدعوة الإسلامية العامة بمهدية المطا (المركز الإسلامي)

قام الباحث بطرح أسئلة المقابلة على مسؤول العلاقات العامة بفرع الجمعية (المركز الإسلامي) مباشرة مثلما فعل في المقر الرئيسي وإن اختلفت هذه المرة بوجود شخص ثالث وهو المترجم الذي كان يترجم السؤال والإجابة . لأن المسؤول كان لا يتقن العربية .

فأما عن مفهومه عن العلاقات العامة فتختلف عن مفهوم زميله في طرابلس فهو يرى أن العلاقات العامة ، عنصر مهم في الإدارة الحديثة فعن طريقها تستطيع المنظمة بناء علاقات جيدة مع الجمهور الداخلي والخارجي . أما عن رجل العلاقات العامة فلا بد من أن يكون ملماً عارفاً ببحوثات عمله متقناً لها حريصاً على كسب ثقة الجمهور الداخلي والخارجي فإذا ما فقد هذه الثقة فإنه لن يستطيع بناء علاقات جيدة ، وعليه سيؤثر هذا على عمل المنظمة لهذا فالعلاقات العامة مهمة جداً .

وتتارس العلاقات العامة في المركز بشكل رسمي ومباشر من خلال وحدة العلاقات العامة ويتولى نشاطها موظف واحد . وتقوم بالوظائف الآتية :

- الاتصال والتنسيق مع الجهات العامة في مالطا ذات الصلة بنشاط المركز .
- الحجز في الفنادق للضيوف ، وفي بعض الأحيان المساعدة في توفير ناشيرة الدخول إلى مالطا .
- الاتصال بالسفارات المعتمدة في مالطا .
- المساعدة في إنجاز الأعمال الحسابية لفرع (المركز)
- التعامل مع المصارف .

نلاحظ من خلال هذه الوظائف أن العلاقات العامة لا تحظى بأهمية كبيرة من قبل إدارة (المركز وهي تقريباً تعاني من نفس

المشاكل التي تعاني منها العلاقات العامة في المقر الرئيسي للجمعية بطرابلس . من هذه المشاكل :

- غياب الأهداف المحددة .
- عدم سارسة الوظائف أو الخطوات العلمية مثل التخطيط ، والبحوث ، والتقييم ، والسنب هو تولي إدارة المركز القيام بهذه العمليات .
- الافتقار على البريد والهاتف كوسائل اتصال بالجمهور .

• لا تتوفر ميزانية كافية لأداء عملها .

أما عن أهم الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة في المركز فهي :

• غياب الكوادر العلمية المتخصصة .

• قلة الإمكانيات المادية المتاحة .

• عدم اهتمام إدارة المركز بوظيفة العلاقات العامة .

أما عن أهم المقترحات التي يراها المسؤول عن العلاقات العامة للنهوض بهذه الوظيفة :

• توفير الكوادر العلمية والمتخصصة للقيام بهذه المهنة المعقدة .

• توفير وسائل الاتصالات المختلفة لتحقيق السرعة المطلوبة .

• توفير الميزانية الكافية .

• الاهتمام بالعلاقات العامة في الإدارة العامة للجمعية ووضع خطط شاملة وعامة لنشاطها تبدأ من المقر

الرئيسي للجمعية وتنتهي بالفروع أو مراكزها المنتشرة في العالم .⁽¹¹⁶⁾ • (شيليا ، 2007 : 1 - 3)

وتجدر الإشارة هنا إلى أنه و إن كانت العلاقات العامة كوظيفية رسمية لا تحظى من قِبل إدارة المركز بالاهتمام

الكافي ، فقد لاحظ الباحث أن بعضاً من نشاط العلاقات العامة يمارس من قِبل المركز ، و إن كان بشكل غير مباشر أو مخطط له ، وذلك عن طريق :

• تحقيق التقاهم و إيجاد علاقات طيبة بين جميع المسلمين في مالطا وبين مختلف المؤسسات المالطية ،

ورجال الدولة سواء على الصعيد الرسمي أم الشعبي ، من خلال استقبال زيارات الصحفيين ورجال

الإعلام المالطي ، وروساء الوزارات ، والسفراء المعتمدين في مالطا ورجال الفكر والثقافة والتعليم بها ،

وتقديم هدايا لهم في أعياد ميلادهم ، وكذلك للناس المتعاونين مع المركز .

• كما ينظم المركز المسابقات الدينية في حفظ القرآن الكريم ، وتقديم الجوائز التقديرية لهم ، وذلك شحداً للهمم

، ورفعاً إلى مزيد من الجهد والاجتهاد في حفظ المعارف الدينية والقرآن الكريم ، وربط هؤلاء الصبية

بدينهم وتراثهم وحضارتهم الإسلامية وإيجاد العلاقات الطيبة بينهم وبين بعضهم ، حتى لا تلهيهم وتسيطر

عليهم مظاهر الحياة في مالطا .

• كذلك من خلال عمل المركز في الحفاظ على وحدة الجالية المسلمة في مالطا ، وهي وظيفة أساسية من

وظائف العلاقات العامة ويتم ذلك عن طريق :

- إقامة مأدبة الإفطار اليومية طوال شهر رمضان المبارك .

- تسوية الخلافات بين أفراد الجاليات المسلمة ، تحقيقاً للوحدة والتوافق والانسجام .

- يعمل المركز على إقامة التعاون المشترك في مختلف المجالات مع المؤسسات الإسلامية ، وغيرها من

الجهات التي تسهم بشكل أو بآخر في العمل الإسلامي .

* قوين شيليا . سزول عن عمل العلاقات العامة بالمركز الإسلامي (مالطا) لجمعية مالطي . النبوة مسجدي . تمزمل الثقافة العثة ، التحق بمدرسة مبنية (خمسة كمرهقة) ثم بعد تخرجه منها التحق بالشرطة وعمل بإدارة الهجرة والجوازات (علاقات العامة) وانتهى عنه كسول لإدارة الهجرة والجوازات سنة 1993 ف . ثم التحق للعمل بالمركز الإسلامي بتاريخ 1993 / 2 / 1 .

• كذلك يظهر نشاط العلاقات العامة متمثلاً في النشاط الإعلامي للمركز وهو من أهم وظائف العلاقات العامة وهو ما تم الإشارة إليه عند الحديث عن أنشطة المركز .

• كذلك يظهر نشاط العلاقات العامة متمثلاً في عمل دعاة المركز .

ففي مقابلة أجراها الباحث مع الداعية المكلف من قبل إدارة المركز بإعطاء الدروس والمحاضرات للاجئين الأفارقة إلى مالطا في المعسكرات التي أعدت لهم من قبل الحكومة المالطية عن الأساليب التي يتبعها هذا الداعية في دعوتها لهذه الفئة من المسلمين ، فأتضح أن الداعية تستخدم الأساليب الآتية :

- أسلوب الاتصال المواجهي مع قادة الرأي في المعسكرات ومع بعض الجمهور إذا دعت الحاجة ، ويعتمد في هذا الأسلوب على الحجة والإقناع ، وتحذيرهم من الذوبان في هذا المجتمع غير المسلم خصوصاً وإن كثيراً من المبشرين بالمسيحية يزورون هذه المعسكرات ويقومون بإلقاء خطبهم ، ونشر وتوزيع منشوراتهم الدينية .

- كما يقوم هذا الداعية بدور المستمع ، حيث يقابل هؤلاء القساوسة يسمع منهم دون إخبارهم بأنه داعية لهذه الفئة من المسلمين ، وذلك للتعرف على ما يرمون إليه ، وما يستخدمونه من طرق وأساليب في نشر دعوتهم ، ومن ثم تحصين الجمهور المسلم وتحذيره وتعبئته ضد هذه الدعوات ، وهذا يشبه مرحلة البحث في عمل العلاقات العامة .

- أسلوب الاتصال الشخصي المباشر عن طريق الخطب : مثل خطبة الجمعة ، وأنمواعظ ، والدروس الدينية تنب السنوات لتعبئة الرأي العام ضد ما يبث وينشر .

- أسلوب التعلم : يقوم الداعية عن طريق هذا الأسلوب بتعليم الناس عن طريق الدروس العملية ، وذلك بشرح العبادات عالياً .

- أسلوب الإقناع : هذا الأسلوب يتصف بالعملية أيضاً ، حيث يقوم الداعية بتكليف نفسه بأعمال شاقة ، أو مهمة داخل المعسكر لكي يقتدى به الجمهور ، كأعمال النظافة مثلاً أو تمريض المرضى ، وتوزيع الطعام بالعدالة بين الناس في هذه المعسكرات .

- كذلك يقوم الداعية بتوزيع منشورات المركز على هذه الجماهير مثل الكتب الدينية ، وبعض المجلات الثقافية ، مثل مجلة التواصل ، وصحيفة الدعوة الإسلامية التي تصدر بعدة لغات .

- أما عن المضمون أو محتوى الخطب التي يلقيها الداعية فهي حسب الظروف والمناسبات والأحداث الدينية والمستجدة ، كذلك تعليمهم أصول الدين كالعبادات والشعائر ، وكيفية التمسك بها .

والعلاقات العامة من منظور داعية المركز لهذه الفئة هو عمل اتصالي يهدف منه الداعية إلى التأثير في الجمهور ، سواء كان هذا العمل بشكل منظم أو عفوي .⁽¹¹²⁾ (الدوري ، 2007 : 1 - 2) .

كما أجرى الباحث مقابلة مع الداعية الإسلامي المختص بدعوة الملتجئين من غير المسلمين إلى الإسلام هدف من خلالها التعرف على أسلوب دعوتها ومدى تضحته لمنهج العلاقات العامة الإسلامية فتضح أن الداعية قد اتجهت في دعوتها للإسلام الآتي :

• التعرف على شخصية المدعويين جيداً ، والأفكار التي يحملونها والمذاهب التي يؤمنون بها . فمثلاً : عند التعامل أو محاولة دعوة الملحدين أو الذين لا يؤمنون بالله أصلاً ، وجب من هذا الباب التدرج معهم في

أسلوب الدعوة ، فيبدأ معهم أول الأمر بالحديث والنقاش حول خلق الكون وبديع صنع الله وتصرفه في مخلوقاته ، ولا ينتقل إلى المرحلة التالية إلا بعد التأكد من وجود قاعدة يمكن على أساسها دعوة هؤلاء إلى الإسلام ، لأن توحيد الله هو أساس الدعوة الإسلامية .

• أما إذا نعلق الأمر بدعوة المسيحيين فالأسلوب هنا يختلف إذ يدور النقاش والجدال حول القواسم المشتركة بين المسيحية والإسلام . ويفضل أن يكون عند التئيم توجه إليهم الدعوة عن طريق الاتصال الشخصي مع الداعية قليل لكي تسهل الإقناع .⁽¹¹⁷⁾ (فروج ، 2007 : 1) .

دراسة (الجمهور (المدخلية

في هذه الأسطر سيتم الإجابة على أسئلة الفئة الثالثة التي تتضمن مجموعة من التساؤلات حول رأي الجمهور الداخلي بوظيفة العلاقات العامة ، وبعض ظروف العمل في جمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، فبعد إجراء الدراسة الميدانية على هذا الجمهور والحصول على البيانات وتقديرها في جداول حسابية والتي وصل عددها إلى ثمانية عشر جدولاً ، تم الوصول من خلالها إلى مجموعة من النتائج ، وفيما يلي ترتيب هذه الجداول حسب وضع الأسئلة في استمارة الاستبيان .

جدول رقم (4) بوضوح توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى معرفتهم بوجود قسم للعلاقات العامة

النسبة	التكرار	الرأي
100 %	35	نعم
-	-	لا
100 %	35	المجموع

يوضح الجدول رقم (4) بأن نسبة (100%) من جميع أفراد العينة أكدوا علمهم بوجود قسم للعلاقات العامة ، أي أن كل العاملين الذين أجريت حولهم الدراسة أكدوا معرفتهم بوجود هذا القسم ، وربما يرجع ذلك إلى اهتمام مجلس إدارة الجمعية بتوعية العاملين بالهيكل التنظيمي للجمعية ، أو لطبيعة عمل العلاقات العامة وارتباطها بالمكاتب والأقسام الإدارية الأخرى داخل الجمعية

جدول رقم (5) بوضوح توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى ارتباط نشاط العلاقات العامة بوظائفهم

النسبة	التكرار	الرأي
54.29 %	19	نعم
45.71 %	16	لا
100 %	35	المجموع

يوضح الجدول رقم (5) أن نسبة (54.29%) من إجمالي أفراد العينة ترتبط وظائفهم بنشاط العلاقات العامة ، وفي حين أن باقي أفراد العينة قد أجابوا بعكس ذلك فجاءت نسبتهم (45.71%) من إجمالي أفراد العينة ،وهي نتيجة منطقية خصوصاً إذا ما استحضرننا في أذهاننا محدودية الدور الذي تضطلع به العلاقات العامة داخل الجمعية ! .

جدول رقم (6) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول انطباعهم عن وظيفة العلاقات العامة بصفة عامة.

النسبة *	التكرار	الرأي
74.29%	26	إيجابي
8.57%	3	سلبي
17.14%	6	لا أستطيع أن احدد
100%	35	المجموع

يوضح الجدول رقم (6) أن نسبة (74.29%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان انطباعهم عن العلاقات العامة إيجابياً وهذه النسبة تمثل جل أفراد العينة . أما بقية أفراد العينة فكانت ما بين إنطباع سلبي بنسبة (8.57%) وهي أقل نسبة ، وبين عدم استطاعة تحديد الإجابة بنسبة (17.14%) من إجمالي إجابات أفراد العينة ، وتمثل هذ النسب أهمية كبيرة لأنها تعبر عن الصورة الذهنية للباحوثين التي ينظرون بها لوظيفة العلاقات العامة .

جدول رقم (7) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى معرفة العاملين بأعمال ووظائف العلاقات العامة في الجمعية .

النسبة	التكرار	الرأي
74.29%	26	نعم
25.71%	9	لا
100%	35	المجموع

يوضح الجدول رقم (7) أن نسبة (74.29%) من إجمالي إجابات أفراد العينة لديهم دراية بأعمال ووظائف العلاقات العامة داخل الجمعية ، في حين أن نسبة (25.71%) قد أفادوا بعدم معرفتهم بذلك ، وتدل النسبة الأكبر هنا ربما لارتباط وظائف الباحثين بنشاط العلاقات العامة وهذا ما أكدته إجاباتهم في الجدول رقم (5) والعكس صحيح بالنسبة لباقي أفراد العينة الذين أجابوا بالنفي .

* لقد تم استخدام التقريب عند القيام بعملية جمع النسب المتفرقة

جدول رقم (8) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول الأعمال التي يمارسها قسم العلاقات العامة بالجمعية

النسبة	التكرار*	الأعمال
% 33.33	22	• استقبال الوفود وتسهيل الأعمال المتعلقة بهم
% 15.15	10	• المشاركة في المناسبات الدينية والاجتماعية
% 13.64	9	• العمل على نشر الدعوة الإسلامية بكل الوسائل المتاحة
% 12.12	8	• العمل على خلق صورة ذهنية إيجابية في أذهان جماهيرها
% 12.12	8	• التنسيق مع الجهات العامة
-	-	• أخرى تذكر
% 13.64	9	• غير مبين
% 100		المجموع

يوضح الجدول رقم (8) أن الوظيفة الأساسية للعلاقات العامة في الجمعية من خلال إجابات الباحثين هي (استقبال الوفود وتسهيل الإجراءات المتعلقة بهم) ، حيث احتلت نسبة (33.33%) من إجمالي إجابات أفراد عينة الدراسة . وهذا ما أثبتته الدراسة الميدانية لجهاز العلاقات العامة ، وجاءت (المشاركة في المناسبات الدينية والاجتماعية) في المرتبة الثانية بواقع (15.15%) من إجمالي الإجابات ، وجاء (العمل على نشر الدعوة الإسلامية بكل الوسائل) في المرتبة الثالثة بواقع (13.64%) ، أما (العمل على خلق صورة ذهنية إيجابية عن الجمعية) ، فجاء في المرتبة الرابعة بواقع (12.12%) ، وفي نفس المرتبة جاء (التنسيق مع الجهات العامة بنسبة(12.12%) . وعليه يمكن القول أن نسبة إجابات الباحثين حول الاختيار الأول وهي (33.33 %) هي الأصدق وهي تدل على الدراية لهذه الفئة من الباحثين بنشاط العلاقات العامة في الجمعية ، أما بقية الاختيارات والتي مثلت النسبة الأكبر في مجموعها وهي (52.9 %) ربما تدل على العشوائية وعدم التريث في الإجابة على الأسئلة لدى بعض الباحثين ، ، أو ما يتسورونه في أذهانهم عن وظيفة العلاقات العامة انطلاقاً من الأهداف العامة لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية .

* في هذا السؤال تولى للمبحوث فرصة اختيار أكثر من إجابة لذا كان مجموع التكرارات أكبر وعليه تم التخلص عن كلمة مجموع التكرار ، وهكذا في كل جدول يتضمن السؤال فيه أكثر من إجابة .

جدول رقم (9) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول وسائل الاتصال المستخدمة من قبل قسم العلاقات العامة في الجمعية .

النسبة	التكرار	الوسيلة
% 33.85	22	لوحة الإعلانات
% 12.31	8	النشرات والتقارير الدورية
% 15.38	10	الاتصالات الهاتفية
% 12.31	8	الخطابات الشخصية
% 13.85	9	اتصالك الشخصي برئيسك المباشر
% 12.31	8	الاجتماعات
-	-	المجلات والصحف
-	-	المراسلات البريدية العادية
-	-	موقع الجمعية على شبكة المعلومات الدولية
-	-	أخرى تذكر
% 100		المجموع

يوضح الجدول رقم (9) أن (لوحة الإعلانات) قد تصدرت إجابات المبحوثين فجاءت بواقع (33.85 %) من إجمالي الإجابات ، ثم أتت في المرتبة الثانية (الاتصالات الهاتفية) كوسيلة ثانية بواقع (15.38 %) ، من إجمالي إجابات أفراد العينة ، ثم تلتها (وسيلة الاتصال المباشر بالرئيس) فجاءت نسبتها (13.85 %) في الترتيب الثالث ، ثم جاءت في الترتيب الرابع (النشرات والتقارير الدورية والخطابات الرسمية والاجتماعات) بنفس النسبة محققة (12.31 %) من إجمالي الإجابات ، في حين لم تزل باقي الوسائل المبيّنة بالجدول أي نسبة تذكر ! .

جدول رقم (10) يوضح إجابات أفراد العينة حول الأسس والأدوات التي يستخدمها قسم العلاقات العامة لأداء نشاطه

النسبة	التكرار	الوسيلة
-	-	التخطيط العلمي الدقيق في وضع أساليب العمل .
-	-	التنظيم المدروس حول نوعية الأعمال المقدمة
-	-	التنسيق في عرض الأعمال حسب الأهمية
% 48.57	17	التقييم المستمر للأعمال التي تم القيام بها .
-	-	الإدارة المشرفة على وضع الأسس والمبادئ التي تضمن النجاح لتلك الأعمال
% 51.43	18	لاشي مما ذكر
% 100		المجموع

يوضح الجدول رقم (10) أن نسبة (51.43 %) من إجمالي أفراد العينة أجابوا بأنه لا تقوم العلاقات باستخدام أي مما ذكر في هذا السؤال وهذا أيضاً فيه دلالة واضحة ومؤشر حقيقي على ما تعاني منه العلاقات من الخلل في أدائها ، ومن الطبيعي جداً أن لا تقوم العلاقات العامة باستخدام هذه الوسائل نظراً لسطحية الأعمال والأنشطة التي تمارسها . أما نسبة (48.57 %) من إجمالي أفراد العينة فأرآوا أن (العلاقات العامة تستخدم التقييم المستمر لإعمالها . وربما أجاب المبحوثون بهذه الإجابة من واقع الأنشطة والوظائف التي يمارسونها إذ يقوم كل مكتب إداري بتقديم تقرير سنوي يقدم تقييماً لمسير العمل فيه .

جدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة لهم .

النسبة	التكرار	الخدمات
-	-	الرد على الاستشارات والشكاوى المقدمة من العاملين
-	-	إقامة الحفلات
% 14.29	5	المشاركة في المناسبات الاجتماعية وتقديم المساعدات والمنح
% 57.14	20	اتمام إجراءات السفر
28.57	10	غير مبين
% 100		المجموع

يوضح الجدول رقم (11) أن نسبة (57.14 %) من إجمالي إجابات أفراد العينة أجابوا أن الخدمة التي تقدمها لهم العلاقات العامة هي (إتمام إجراءات السفر) الخاصة بهم عند إفادهم في مهام رسمية . أما بنسبة (28.57 %) من إجمالي الإجابات لم يبين فيه المبحوثون أي إجابة ، ونسبة (14.29 %) من إجمالي أفراد العينة يرون أن العلاقات العامة (تقوم بالإعداد والمشاركة في المناسبات الاجتماعية الخاصة بهم) ، وجاءت بقية الخيارات بدون أي نسبة تذكر من إجمالي إجابات أفراد عينة الدراسة .

جدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى وجود نظام يمكن العاملين من خلاله من تقديم شكاوهم إلى

مجلس إدارة الجمعية

النسبة	التكرار	الرأي
% 60.00	21	نعم
% 40.00	14	لا
% 100	35	المجموع

يوضح الجدول رقم (12) أن أكثر من نصف المبحوثين أجابوا (بوجود نظام يمكنهم من تقديم شكاوهم إلى الجمعية) ، فجاءت الإجابة بواقع (60.00 %) ، أما الذين رأوا بعدم ذلك فكانت نسبتهم (40.00 %) من إجمالي إجابات أفراد العينة .

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول الجهة التي يقومون من خلالها بتقديم شكاوهم إلى الجمعية

النسبة	التكرار	الجهة
% 2.22	1	قسم العلاقات العامة
% 11.11	5	قسم الشؤون الإدارية
% 28.89	13	قسم شؤون العاملين
% 20.00	9	قسم الشؤون القانونية
% 6.67	3	مجلس إدارة الجمعية
-	-	أخرى تذكر
% 31.11	14	غير مبين
% 100		المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (13) أن أغلب المبحوثين والذين رأوا أنه يوجد بالجمعية نظام يمكنهم من تقديم شكاوهم أشاروا إلى أن (شؤون العاملين) هو تلك الجهة ، وحققت هذا التسم نسبة (28.89%) من إجمالي الإجابات ، وجاء (قسم الشؤون القانونية) في المرتبة الثانية بواقع (20.00%) من إجمالي الإجابات ، ثم تلاه (قسم الشؤون الإدارية) بواقع (11.11%) ، ثم (مجلس إدارة الجمعية) بواقع (6.67%) ، ولم يزل (قسم العلاقات العامة) إلا بنسبة (2.22%) وهي نسبة ضعيفة جداً ، أي أن العلاقات العامة لا تتدخل بأي حال من الأحوال في حل مشاكل العاملين داخل الجمعية ! .

جدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى تعرض العاملين للمشاكل أثناء تأدية أعمالهم داخل الجمعية

النسبة	التكرار	الرأي
34.29%	12	نعم
65.71%	23	لا
100%	35	المجموع

يوضح الجدول رقم (14) أن نسبة (65.71%) ، وهي أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة - من إجمالي أفراد العينة (لا تواجههم أي مشاكل أثناء تأدية أعمالهم) وهي نسبة جيدة مقارنة بمن أجابوا عكس ذلك وهي (34.29%) من إجمالي إجابات أفراد عينة الدراسة .

جدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول نوعية المشكلات التي تواجههم أثناء تأدية أعمالهم داخل الجمعية

النسبة	التكرار	المشاكل
29.17%	7	عدم تناسب العمل مع المؤهل
25.00%	6	عدم الحصول على التقدير الكافي
20.83%	5	فرص الترقى في العمل محدودة
25.00%	6	لا يوجد تعاون من الرؤساء
-	-	مشاكل أخرى تذكر
100%		المجموع

يوضح الجدول رقم (15) أن (عدم تناسب العمل مع المؤهل) قد احتل المرتبة الأولى كأحد أهم المشاكل التي تواجه المبحوثين ، فجاءت هذه المشكلة بواقع (29.17%) من إجمالي أفراد العينة الذين قالوا بوجود مشاكل تواجههم أثناء تأدية أعمالهم ، ثم جاءت مشاكل (عدم الحصول على التقدير الكافي) و (عدم التعاون بين العاملين والرؤساء) في المرتبة الثانية بواقع (25.00%) لكل منهما ، ثم جاءت في الترتيب الثالث مشكلة (محدودية فرص الترقى في العمل) بنسبة (20.83%) من إجمالي إجابات المبحوثين .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن غياب الدور الحقيقي للعلامات العامة داخل الجمعية أفرز عدة مشاكل في العمل ، ربما يؤدي التفاوضي عنها إلى استفحالها وبالتالي صعوبة علاجها ، لذا رجب على الإدارة التنبيه إلى مثل هذه المشاكل والعمل على حلها لكي تمكن العاملون داخل هذه المنظمة من أداء رسالتهم على أكمل وجه . وكما سبق الإشارة في الجانب النظري لهذه الدراسة أن نجاح أي منظمة يبدأ من نجاحها الداخلي (أي من العاملين) داخل

إدارتها إذ أن فشلها مع الجمهور الداخلي يعني فشلها مع جمهورها الخارجي وهذا يتعارض مع أهداف جمعية الدعوة الإسلامية العالمية !.

جدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى رضاهم عن عملهم بالجمعية .

النسبة	التكرار	الرأي
80.00 %	28	نعم
20.00 %	7	لا
100 %	35	المجموع

يوضح الجدول رقم (16) أن النسبة العظمى من رأي المبحوثين حول (مدى رضاهم عن عملهم بالجمعية) قد جاءت بواقع (80.00 %) من إجمالي الإجابات ، في حين أفاد البقية بعكس ذلك وجاءت نسبتهم بواقع (20.00 %) من إجمالي الإجابات ، وهذا مؤشر جيد قد يُعتمد عليه في تقدير مواقف العاملين الإيجابية وتفاؤلهم في عملهم . بالرغم من بعض المشاكل التي تواجه بعضهم وهذا يجب التنبيه إلى هذه القضية ، لأن مجال الدعوة الإسلامية يحتاج إلى هذه الجهود والتفاني في العمل وأداء الرسالة بغض النظر عن أي مكاسب مادية . ولكن هذا لا يعني عدم تقدير هذه الجهود التي يبذلها هؤلاء العاملون بل لابد من توفير كافة الإمكانيات وتذليل كافة العقبات أمامهم . وإعطاء كل ذي حق حقه ، لكي تتمكن الجمعية من أداء رسالتها وتحقيق أهدافها على الوجه الأكمل.

جدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول الأسباب التي حالت دون رضا بعضهم عن عملهم بالجمعية .

النسبة	التكرار	المشاكل
-	-	عدم اقتناعك بالدور الذي تقوم به المنظمة
45.45 %	5	عدم تلقي التقدير الكافي من الرؤساء
36.36 %	4	انعدام التعاون بين العاملين ومجلس إدارة الجمعية
18.18 %	2	عدم الرضا عن الترقيات الوظيفية
-	-	أسباب أخرى تذكر
100 %		المجموع

يوضح الجدول رقم (17) أن باقي أفراد العينة والذين قالوا بعدم رضاهم عن العمل بالجمعية كما هو موضح بالجدول رقم (16) قد كان لهذا عدة أسباب فكان الأول هو (عدم تلقي التقدير الكافي من الرؤساء) سحقتا نسبة (45.45%) من إجمالي هذه الإجابات ، وجاء السبب الثاني متمثلاً في (انعدام التعاون بين العاملين ومجلس إدارة الجمعية) بواقع (36.36 %) ، وحلت (مشكلة الترقيات الوظيفية) في المرتبة الثالثة بواقع (18.18 %) من إجمالي الإجابات ، ولم يقل أحد من المبحوثين بعدم اقتناعه بالدور الذي تضطلع به الجمعية . هذه المشاكل هي نفسها المشاكل التي قال بها المبحوثين في الجدول رقم (15) تقريباً ، وهذا فيه دلالة واضحة أيضاً على ما قلناه في تعليقنا على ذلك الجدول ، وهو أن عدم الإصغاء لمشاكل العاملين قد يؤدي بها إلى الاستفحال ، وليس عدم الرضا عن العمل بالأمر الهين الذي يسهل فيما بعد علاجه - لاسيما - لو وضعنا في حسابنا أننا نتحدث عن منظمة

إسلامية دولية تضع في اعتبارها الأول نشر الدعوة الإسلامية وهي مهمة تحتاج إلى استعداد مسبق ورضا وقناعة كاملة في أداء رسالة الإسلام .

جدول رقم (18 أ) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول تقييهم للواقع الفعلي للعلاقات العامة بالجمعية من (كوفها وظيفة أساسية للجمعية لاغني عنها) .

النسبة	التكرار	الرأي
% 85.71	30	موافق
% 11.43	4	إلى حد ما
% 2.86	1	غير موافق
% 100	35	المجموع

يوضح الجدول رقم (18 أ) أن غالبية الباحثين موافقين على (كون العلاقات العامة وظيفة أساسية لا غنى عنها) بواقع (85.71 %) في حين أن نسبة (11.43 %) من إجمالي إجابات أفراد العينة يرون محدودية ذلك ، ونسبة (2.86 %) غير موافق على هذه الأهمية للعلاقات العامة . وعليه يتبين أن العلاقات العامة حتى في ظل التهميش الذي تلقاه من قبل الإدارة ومحدودية دورها ، إلا أنها تحتفظ بأهمية كبيرة لدى العاملين وهذه نتيجة جيدة تدعم من إمكانية تطوير أداء العلاقات العامة في الجمعية .

جدول رقم (18 ب) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى موافقتهم على أن (العلاقات العامة تساهم في رسم صورة ذهنية طيبة عن الجمعية) .

النسبة	التكرار	الرأي
% 71.43	25	موافق
% 17.14	6	إلى حد ما
% 11.43	4	غير موافق
% 100	35	المجموع

يوضح الجدول رقم (18 ب) أن نسبة (71.43 %) من إجمالي إجابات أفراد العينة تشير إلى الموافقة على مساهمة العلاقات العامة في رسم صورة ذهنية طيبة عن الجمعية ، ونسبة (17.14 %) رأوا بذلك ولكن إلى حد ما ، في حين أن نسبة (11.43 %) من إجمالي الإجابات لم يوافق أصحابها على هذه المساهمة للعلاقات العامة في رسم صورة ذهنية طيبة عن الجمعية .

جدول رقم (18 ج) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى موافقتهم على كون (العلامات العامة تعمل لصالح الإدارة العليا فقط

النسبة	التكرار	الرأي
% 22.86	8	موافق
% 20.00	7	إلى حد ما
% 57.14	20	غير موافق
% 100	35	المجموع

يوضح الجدول رقم (18 ج) أن جلّ المبحوثين لم يوافقوا على كون العلاقات العامة تتحاز لخدمة رجال الإدارة العليا فقط فجاءت هذه الإجابة بواقع (57.14%) من إجمالي الإجابات ، وتلتها نسبة الذين وافقوا على هذا الإنحياز فجاءت نسبتهم (22.86%) من إجمالي الإجابات ، ونسبة (20.00%) رأوا محدودية هذا التحيز للعلاقات العامة في خدمة رجال الإدارة العليا فقط .

جدول رقم (18 د) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى موافقتهم على كون (أن نجاح العلاقات العامة يبدأ من نجاحها الداخلي أساساً) .

النسبة	التكرار	الرأي
% 82.86	29	موافق
% 2.86	1	إلى حد ما
% 14.29	5	غير موافق
% 100	35	المجموع

يوضح الجدول رقم (18 د) أن أغلبية إجابات المبحوثين أي بنسبة (82.86%) جاءت لتوافق على أن نجاح العلاقات العامة يبدأ من داخل المنظمة (أي مع العاملين) ، وأن نسبة (14.29%) لم يروا بذلك أما بنسبة (2.86%) من إجمالي الإجابات رأيت بمحدودية صدق هذه العبارة .

عليه نلاحظ من خلال الجداول رقم (18 أ، 18 ب، 18 ج، 18 د) أن تشخيص أهمية العلاقات العامة ، في ضوء الواقع الفعلي لها بالجمعية ، والتي كما تبين أنه دور سطحي هامشي لا يرقى إلى مكانتها الإدارية الرفيعة في مثل هذه المنظمة كان جيداً من خلال إجابات المبحوثين ، أي أن كل هذه النسب مؤشرات مطمئنة تؤكد على أن الصورة الذهنية للعلاقات العامة لدى العاملين على ما يرام بالرغم من محدودية دورها بالجمعية ، والتباين مفهوماً في أذهان كثير من العاملين في بعض الأحيان وهذا ما أكدته النسب الإيجابية للإجابات فجاءت كالتالي :

- إن العلاقات العامة وظيفة أساسية لا غنى للجمعية عنها . نسبة الموافقة (85.71%) .
- العلاقات العامة تساهم في رسم صورة ذهنية طيبة عن الجمعية نسبة الموافقة (71.43%) .
- العلاقات العامة تعمل في خدمة رجال الإدارة العليا فقط نسبة الموافقة (22.86%) .
- نجاح العلاقات العامة يبدأ من نجاحها الداخلي أساساً نسبة الموافقة (82.86%) .

دراسة الجمهور الخارجي

تأتي هذه الدراسة إجابة عن تساؤلات الفئة الرابعة ، ولقد اشتملت - أي هذه الدراسة - على ثلاثة عشرة جدولاً ، وفيما يلي الجداول التوضيحية مرتبة حسب أسئلة الاستبيان .

جدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول مدى الانتظام في تردادهم على المركز .

النسبة	التكرار	الرأي
29.17 %	21	يومية
59.72 %	43	أسبوعياً
9.72 %	7	نادراً
1.39 %	1	عدم القيام بذلك على الإطلاق
100 %	72	المجموع

بالنظر إلى الجدول رقم (19) يتضح أن نسبة المبحوثين الذين يترددون على المركز (بصورة يومية) بلغت (29.17 %) وهي أقل من نسبة الذي يرتادونه (بشكل أسبوعي) حين بلغت نسبتهم (59.72 %) في حين بلغت نسبة الذين يزورون المركز (أحياناً) ، أي بصفة غير منتظمة (9.72 %) ، ونسبة (1.39 %) لم تقم بزيارة المركز من قبل على الإطلاق !.

وعليه يمكن القول أن الغالبية العظمى من المبحوثين يترددون على المركز الإسلامي أي بواقع (99.00 %) من إجمالي أفراد عينة الدراسة وهي نسبة كبيرة جداً إذا ما تم مقارنتها بنسبة غير المترددين .

وقد لاحظ الباحث أثناء تواجده بالمركز - خلال فترة الدراسة - حضوراً كثيفاً يوم الجمعة ، وذلك لتأدية الصلاة مع الجماعة ، بخلاف الأيام الأخرى التي لم تحفل بمثل هذا الحضور ، وهذا ما سيتأكد من خلال الجدول التالي :

جدول رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول أغراض وأسباب التردد على المركز

النسبة	التكرار	المشاكل
38.41 %	63	لغرض أداء صلاة الجمعة
14.02 %	23	لغرض أداء الصلوات الأخرى
14.63 %	24	لغرض المشاركة في المناسبات الدينية
10.98 %	18	لغرض الاستماع إلى الدروس والمواظ
2.44 %	4	لغرض القراءة بمكتبة المركز
3.66 %	6	من أجل الدروس والمحاضرات
6.71 %	11	لغرض الإجتماع بالإخوة المسلمين
9.15 %	15	لأي أسباب أخرى تنكر
100 %		المجموع

كان لابد من أن تعنى الدراسة هنا باستكشاف ، ومعرفة الأسباب التي جعلت الجماهير تختلف إلى المركز الإسلامي ، وذلك لتحديد المهمة الاتصالية التي يضطلع بها ، ويتضح دورها بين مهام المركز الأخرى ، كالعبادات ، و عقود الزواج ، وإقامة الحفلات ، والإسهام في المناسبات الإسلامية المختلفة .

وقد أسفرت الدراسة من خلال الجدول رقم (20) عن أن (أداء صلاة الجمعة) يأتي على رأس العوامل التي تدفع الجماهير المسلمة للتردد على المركز ، واحتلت هذه المهمة الترتيب الأول بين أنشطته بنسبة (38,41%) من جملة إجابات أفراد العينة ، وقد يرجع ذلك للاعتبارات الآتية :

- إن فريضة صلاة الجمعة هي الفريضة التي لا يمكن التجاوز عنها بخلاف الفرائض الأخرى التي يمكن أداؤها في المنزل ، أو في العمل ، أو في أي مكان آخر ، ولهذا تحرص الجماهير المسلمة على أداؤها في مسجد المركز .
- إنها المناسبة الأسبوعية التي تلقي فيها الجماهير المسلمة بأعداد كبيرة ، يصعب جمعها في أي مناسبة أخرى ، كما لا تستطيع أي وسيلة أخرى مناقستها في هذا الصدد .

- تكشف هذه النسبة عن الأهمية الدينية ، والإعلامية لخطبة الجمعة والدور الإعلامي المتميز الذي يمكن أن تلعبه في حياة الجماهير والتأثير عليهم .

- في هذه المناسبة تأتي الجماهير سعيدة راضية مع نفسها ومع خطيب الجمعة ، هذا الرجل الذي يحمل كتاب الله ينتهل منه ومن سنة الرسول الكريم ﷺ ، وسيرة السلف الصالح ، فلا مجال هنا للجدل ، والنقاش أو الاعتراض على شيء مما يقوله .

- إنها فرصة ثمينة وذهبية للمركز لكي يجمع قلوب المسلمين ، ويوحد كلمتهم ويعالج قضاياهم وينصح لهم ، فلن يجد وسيلة اتصالية قادرة على تجميع هذا الحشد الكبير من الجماهير مثل هذه الوسيلة الساحرة والفعالة .

- إن خطبة الجمعة يسبقها قراءة القرآن الكريم ، ويعقبها المحاضرات والمواعظ الدينية التي قد تدعم الاتجاهات المطلوبة وترسخ ما قاله الخطيب أثناء الخطبة* .

واحتلت معدلات (الإقبال الجماهيري على الدروس الدينية) المرتبة الرابعة بنسبة (10.98%)، والدروس الدينية هي بمثابة محاضرات تلقى بشكل منتظم تتناول كُن واحدة منها قضية أو موضوعاً لتعالجه معالجة إسلامية وتضع النقاط على الحروف بشأنه .

وإذا كانت الخطبة تتميز بقوتها المؤثرة في مشاعر الجماهير وعواطفهم ، فإن الدروس والمواعظ تستطيع أن تؤثر في عقول هذه الجماهير وأذهانهم ، لأنها تتناول الواقع بشكل علمي منظم ، وتتاح الفرصة فيها للمناقشة ، والجدل ، والأخذ ، والعطاء ، في اتصال ذو اتجاهين بين المرسل والمستقبل ، وفي حين أن خطبة الجمعة هي اتصال في اتجاه واحد من جانب الخطيب فقط .

وهذه النتائج تشير إلى أن العمل أو النشاط الاتصالي - سواء في صورة خطبة أم محاضرات - يحظى باهتمام جيد من قبل الجماهير في تردها على المركز الإسلامي .

* تقدم الاستفادة من دراسة د . علي الدين صالح (الإعلام عن الإسلام في عهد عمر بن الخطاب) (شبكة الجزيرة لخدمة الثقافة) 1990 القاهرة ، في مناقشة هذه القضية ، وتقدم أيضاً فكرة عن هذه الدراسة في الإصدار الصغير لهذه الدراسة .

أما الأغراض الأخرى التي تدفع الجماهير للاختلاف إلى المركز ، فقد احتلت مراكز متفارقة ، فجاء التردد (لحضور المناسبات الدينية الأخرى) في المرتبة الثانية بواقع (14.63 %) من مجموع الإجابات ، وجاء الحضور (لأداء الصلوات الأخرى) بصفة عامة في المرتبة الثالثة بواقع (14.02 %) من مجموع الإجابات .

أما التردد على المركز (للقراءة والإطلاع في المكتبة) فقد جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة ضعيفة وهي (2.44 %) فقط من مجموع الإجابات . وهذا يؤكد ما ذكرناه في الجانب النظري حول المقابلة التي أجراها الباحث مع مدير المركز والتي أفاد فيها بأن المكتبة لا تشهد إقبالا كبيرا من قبل جماهير المركز .

وفي هذا إشارة إلى أن المكتبة لم تستطع القيام بالدور الإعلامي والثقافي والعلمي المنوط بها على الوجه الأكمل ، وقد يرجع ذلك إلى فقر إمكاناتها ، وفي كمية المطبوعات التي تحتويها ، وفي عدم استعانتها بالوسائل السريعة والبصرية الحديثة ، وشبكة المعلومات الدولية لإغراء الجماهير على التردد عليها ، أي أنها لا تهتم هنا بقدر معقول في خلق جسور الاتصال بينها وبين المسلمين . وربما نجد الجماهير في مكتبات الجامعات من الكتب الإسلامية ما يلبي احتياجاتها ، ويشبع رغبتها في القراءة بصورة أفضل .

وهذا يحمل المسؤولين على المركز ضرورة العناية بمكتبة المركز ، والعمل على تزويدها بالمتطلبات التي تمكنها من منافسة المكتبات الأخرى في مالطا ، والإسهام بدور فعال في الحياة الثقافية في هذه البلد .

وأجاب (3,66 %) بأنهم يتربصون على المركز (من أجل المحاضرات) ، وأفاد (6.71 %) بأنهم يتربصون على المركز من أجل (الاجتماع بالإخوة المسلمين) ، وأجاب بنسبة (9.15 %) أنهم يتربصون على المركز (لأسباب أخرى) تخصصهم جاءت في معظمها تدور حول الاستفسار عن أحكام الدين في بعض المسائل الفقهية المتجددة والتردد على المدرسة لتلقي الدروس في اللغة العربية .

جدول رقم (21) يوضح توزيع إجابات المراد العينة حول نشاطات المركز

النسبة	التكرار	النشاطات
14.01 %	36	نشر الإسلام
15,18 %	39	إقامة الصلوات
12.06 %	31	إحياء المناسبات الدينية
7,39 %	19	شرح النصوص الدينية
8,17 %	21	إعطاء المواعظ والدروس الدينية
10,12 %	26	العمل على توحيد المسلمين
10,12 %	26	حل مشاكل المسلمين
1,95 %	5	إصدار نشرات دينية
8,95 %	23	إعطاء دروس دينية للناشئين
6,61 %	17	الاحتفال بالزواج وفق الشعائر الدينية
5,45 %	14	الإصلاح بين الأزواج المتخاصمين وتقديم النصائح الدينية
-	-	أخرى تذكر
100 %		المجموع

بسؤال عينة الدراسة - ممن يتصلون بالمركز ويتعرضون لنشاطه - عن أهم الأنشطة التي يرون أن المركز يهتم بها ويعطيها أولوية ، وذلك لتقييم هذه الأنشطة كما تراها الجماهير ، فلا يجب أن يكتفى بما أصدره المركز من تنظيمات ولوائح تحدد نشاطه ودوره ، ذلك أن الجماهير التي تتردد عليه وتلمس هذا النشاط هي أفدر على الفهم والمعرفة ، وإبداء رأيها في أفضل الأنشطة المقدمة .

وعليه نلاحظ من خلال الجدول رقم (21) أن (إقامة الصلوات) جاءت على رأس الأنشطة الرئيسية التي ترى الجماهير أن المركز يأخذها على عاتقه ، محققة بذلك (15.18 %) ، وهو أمر طبيعي نظراً لأن المركز يضم بين مكوناته مسجداً ضخماً يتسع لعدد كبير من المصلين .

وجاء (نشر الدعوة الإسلامية بين غير المسلمين) في المرتبة الثانية من أولويات أنشطة المركز كما تراها الجماهير ، وذلك بواقع (14.01 %) وهي مسؤولية جسيمة لأن المركز يقع في مجتمع يمثل فيه المسلمون نسبة ضئيلة ، وبالتالي فالمجال أرحب ، والفرصة متاحة لنشر الإسلام بين غير المسلمين في هذا المجتمع . لا سيما أن النظام المالي يقوم على فكر ليبرالي علماني حر يستند على حرية الفكر والعقيدة ويعطي فرصة للأديان والأيديولوجيات المختلفة لكي تمارس شعائرها ونشر آرائها . أي أن كل الظروف مهيأة للمركز الإسلامي (بالمعنى) لكي يؤدي دوره بفاعلية لنشر الإسلام والتعريف به في هذا المناخ المرآئي ، وهذا يتطلب رجالاً على مستوى فكري ، وفني ، وديني رفيع يعرفون لغة القوم الذين يخاطبونهم ، ويعرفون أصول دينهم معرفة متعمقة ، ويعرفون كيف يوظفون فنون العلاقات العامة والإعلام توظيفاً علمياً منظماً ليتمكنوا من حمل الأمانة وتبليغ الرسالة ، والإعلام بالحقيقة الخالدة التي حملها رسول الله ﷺ ، وصحابته ، وخلفه الصالح ، ونشروا بها هذا الدين في مشارق الأرض ومغاربها .

في الترتيب الثالث من إجابات المبحوثين جاء (إحياء المناسبات النبوية) بواقع (12.06 %) من مجموع الإجابات مثل: الأعياد الإسلامية ، وليالي رمضان ولاسيما ليلة القدر ، وليلة الإسراء والمعراج وغير ذلك ، وهي مناسبات تجتمع فيها الجماهير المسلمة في حب وإخاء ، ويتم فيها الاتصال المباشر بينهم ، وفي هذا تأكيد لوحدهم وسبيل لتعارفهم ، وإسهام في حل مشكلاتهم ومنقشة لتضاييهم . أما دور المركز في (تحقيق الوحدة وتهينة المجال لجمع شمل المسلمين من خلال اللقاءات والمناسبات وإقامة الشعائر) ، فقد جاء في المرتبة الرابعة من إجمالي إجابات المبحوثين وذلك بواقع (10.12 %) وهي مهمة دقيقة ومسؤولية هامة إذا نجح المركز في تحقيقها ، لأنه بذلك يحقق إنجازاً كبيراً يفتخده المسلمون حتى في بلدانهم الإسلامية ، وذلك بسبب الخلافات السياسية ، والمذهبية ، والعرقية ، والجنسية ، ويمكن بذلك - أي المركز - أن يقدم نموذجاً جديراً بالتقدير والتبجيل ، ولا ننسى أن هذه المهمة تمثل جوهر العلاقات العامة الإسلامية ، فالمسلمون وضعفوا منذ تفرقت وحدتهم وتشتت شملهم فتخلفوا عن الركب الحضاري والتقدم في مختلف الميادين ، وأصبحت دولهم رغم ما فيها من خيرات تعاني من الفقر والمشاكل الاقتصادية والتخلف العلمي ، والثقافي ! .

رجاء نشاط المركز في (حل مشكلات الجماهير المسلمة) التي تتردد عليه في المرتبة الرابعة أيضاً محققاً (10.12 %) من جملة الإجابات . والمسلمون في دول المهجر يعانون من مشكلات نوعية ويجابهون صعاب خاصة

قد لا يوجد نظير لها في المجتمعات الإسلامية لأنهم يعيشون واقعاً سياسياً ، واجتماعياً ، واقتصادياً خاصاً ، وهذا يتطلب فئة خاصة من الرجال الذين يتميزون بعمق في فكرهم وعلمهم ، وسعة أفق وثقافة واسعة ، وفهم متميز لطبيعة المجتمع ، ونوعية المشكلات التي تعرض نفسها على ساحة الأحداث .

وحقق النشاط الذي يؤديه المركز في (تعليم النشء أصول دينهم) المرتبة الخامسة بواقع (8.95 %). وهو دور حيوي وهام يضطلع به المركز لإنقاذ أبناء المسلمين الذين يعيشون في مالطا من الضياع وفقدان هويتهم الإسلامية ، فهم يتعلمون في مدارس مالطية ، ويتلقون ثقافتهم من روافد فكرية مالطية ليبرالية ويعيشون حياة اجتماعية خاصة في هذا المجتمع الذي يمارس نشاطه بصورة قد تختلف تماماً عن الحياة الإسلامية ، وأصول التربية كما أرادها الله لهؤلاء الصغار وترجمتها السنة المحمدية . من هنا كان لزاماً على المركز تكثيف نشاطه في هذا المجال بما يمكنه من الحفاظ على هؤلاء النشء الذين هم أكثر الفئات العمرية عرضة للذوبان في هذا المجتمع غير المسلم* .

وجاء نشاط المركز المتعلق (بإعطاء الموعظ والدروس الدينية) في نفس مرتبة (تعليم النشء) بواقع (8,17 %). والدروس الدينية من الأنشطة المتاحة في كل وقت لأنها غير مرتبطة بيوم أو ساعة معينة مثل خطبة الجمعة ، والدرس الديني أحوج ما يكون إلى جهد كبير من الداعية لأن الموضوع ، أو الآية ، أو الحديث الشريف الذي يتناوله يفرض عليه الدقة ، وجمهور الدرس الديني يكون عادة أقل من جمهور الخطبة ، وهذا يتيح الفرصة للداعية للتأثير في مستمعيه ، وإنشاء صلات روحية تعارفية وعلمية بينه وبينهم .

وفي المرتبة السادسة جاء (نشاط شرح النصوص الدينية وتقديم الفتاوى) بواقع (7,39 %) من جملة إجابات المبحوثين . وهي مهمة تتطلب دراسة وإدراكاً لطبيعة النظام المالطي ومشكلاته وقضاياها الاقتصادية ، والاجتماعية ، والسياسية ، حتى يمكن إصدار الفتوى الإسلامية الصحيحة دون ما تصلب ، أو تطرف قد لا يتسجم مع البيئة التي يقع فيها المركز ، وكذلك دون تفریط في حقوق الله كما حددها القرآن والسنة .

واحتل نشاط المركز في مجال (عقد الزيجات بين المسلمين والمسلمات أو بينهم وبين غير المسلمات من المالطيات وغير المالطيات) المرتبة السابعة محققاً (6.61 %) وهي ظاهرة تتكرر دوماً في مالطا ، وفي الحقيقة أن المركز هنا يوفر على المسلمين مثقة السفر وأعباءه إلى دولهم لإبرام عقود الزواج فهو ممثل لكل البلاد الإسلامية في مالطا ، وكسب زوجة مالطية مسلمة يعد مفتاحاً لإقناع أهلها ، وأصدقائها وزملائها ، فالزوجة التي أسلمت تستطيع القيام بدور العمل في مجال الدعوة الإسلامية عن طريق الاتصال الشخصي ، والإقناع بالحكمة والسوطة الحسنة ، وتحقيق الكثير في هذا المجال مما تعجز عن تحقيقه أجهزة الاتصال الجماهيري ، لأن تغيير العقيدة ليس مسألة هينة ، ونحن نكتنفها الكثير من الصعاب التي لا يذللها إلا الاتصال المباشر ، ومن هنا فالمركز الإسلامي حين يسهم في هذا المجال فإنه يحقق إنجازاً في حقل الدعوة الإسلامية .

وفي المرتبة الثامنة جاء نشاط المركز (في تحقيق المصالحات بين المسلمين) سواءً بين الأزواج ، أو بين الأفراد بعضهم البعض في جميع المعاملات ، وحقق هذا النشاط (5,45 %) من جملة الإجابات ، وهي مسألة

* على هذا الأسس قام فرع جمعية الدعوة الإسلامية (مالطا) المركز الإسلامي بتأسيس مدرسة منبر النبوة ، وذلك لتمكين الجالية المسلمة من تدريس أبنائها في مدرسة إسلامية .

ضرورة لنزع الخلافات، و اقتلاع الكراهية ، وبث الحب بدلاً منه لكي يتعارف المسلمون جميعاً على نشر دعوتهم ، ولكي يظهروا بمظهر طيب يجتذب غير المسلمين لدخول الإسلام .

ومن الأنشطة الإعلامية التي أفادت عينة الدراسة أن المركز يقدمها لهم (إصدار النشرات الدينية) وجاء هذا النشاط في المرتبة التاسعة محققاً (1,95 %) من إجمالي الإجابات . وهي نشرات إرشادية محدودة توزع مجاناً ويصدرها المركز بصورة غير منتظمة ، وفي الحقيقة أن هذه النشرات لا تكفي لإشباع احتياجات الجماهير ، والمركز يفتقد للتخطيط العلمي والعمل الاتصالي المنظم ، كما يفتقد إلى صحيفة أو مجلة تصدر باللغة المالطية أو الإنجليزية تحتوي على كل الفنون الصحفية ، وتوجه للجماهير لاسيما هؤلاء الذين يجهلون مبادئ الإسلام ، أو لا يعرفون عنه إلا الصورة المشوهة التي تقدمها بعض أجهزة الإعلام المعادي ! .

جدول رقم (22) يوضح إجابات أفراد العينة حول رأيهم في ما إذا استطاع المركز أن يوجد له جمهور مسلم مثقف يزوره ، ويستفيد من خدماته .

النسبة	التكرار	الرأي
% 84,72	61	نعم
% 6,94	5	إلى حد ما
% 8,33	6	لا
% 100	72	المجموع

من الأهداف الرئيسية للمركز الإسلامي بجمهورية مالطا - إلى جانب الاحتفاظ بجماهيره التي تتردد عليه - كسب أكبر عدد ممكن من الجماهير المسلمة التي لا تتردد عليه ، ولا تتعرض لنشاطه أو تتعامل معه ، كذلك جذب الجماهير غير المسلمة لتعريفها بالإسلام ، والعمل على إقناعها به من خلال دوره في نشر الدعوة بين غير المسلمين ولمعرفة المدى الذي أنجزه المركز في هذا المجال كان لا بد من الرجوع إلى عينة البحث لاستطلاع رأيها في المدى الذي حققه المركز في هذا الصدد .

أوضحت الدراسة أن النسبة الغالبة من المبحوثين (91,6 %) ترى أن المركز قد استطاع (بصفة عامة) أن يكون له جمهوراً مسلماً في مالطا يقصده ويستفيد من نشاطه .

وقد تراوحت درجات الرأي في هذا الصدد ما بين مزيد تماماً لهذا الإنجاز بنسبة (84,72 %) ومزيد إلى حد ما بنسبة (6,94 %) . أما الذين أنكروا على المركز هذا الدور و أجابوا بالنفي فقد بلغت نسبتهم (8,33 %) من جملة أفراد العينة الدراسية وتشير هذه النتائج إلى ما يلي :

• أن المركز أصبح جزءاً حيوياً من حياة هذه الجماهير ، فهم يترددون عليه بصفة منتظمة ، أو غير منتظمة ، ويقيمون فيه شعائرتهم الدينية ثم إليه أيضاً يلجؤون بحثاً عن ردود على قضاياهم وحل لمشاكلهم وشكواهم ويستمعون إلى الخطب والدروس ، ويتلقون ببعضهم البعض .

• إن نجاح المركز في تكوين جمهور له يتردد عليه ، ويؤدي الشعائر الدينية فيه ، ويتعرض لنشاطه الإعلامي من خطب ، ودروس ونشرات وغيرها ، بحمله بالتالي مسؤولية التخطيط العلمي ، وبذل الجهود الجادة لتكوين

الاتجاهات الإسلامية الصحيحة في عقول ، وقلوب هذه الجماهير ، وتحقيق الوحدة بينهم ، وإعداد برنامج إعلامي منظم ، يجمع صفوفهم ، ويمكن لهم ، ويجعل منهم قوة يحسب لها حساب في المجتمع المالطي ، ويؤهلهم ليؤدوا فريضة الدعوة إلى الله في مواقع عملهم و أماكن تحركهم ، ومجالات نشاطهم .

• وإن كان البعض يبدي تحفظه على بعض الأنشطة التي يمارسها المركز في هذا الصدد ، فذلك لأنهم يأملون أن يحقق المزيد ، إلا أنهم لا ينكرون عليه دوره كملاد وحضن لهم وملقى لجموعهم ، وأمل يحذوهم لتحقيق ما تصبو إليه نفوسهم من خلاله ، لاسيما أن هذا المركز هو المركز الإسلامي الوحيد في مالطا ، وهو يؤدي دوره دون ما تصرف مذهبي أو عقائدي .

• اهتمت الدراسة أيضاً بالأقلية من الجماهير التي ترى أن المركز الإسلامي بمالطا لم ينجح ، في تكوين جمهور سليم ، ولعل فيما تعرضه هذه الأقلية من آراء وأفكار يفيد القائمين على المركز ويسهم في تطوير نشاطه ، أو إعادة النظر في بعض الجهود التي يبذلها فقد يرى هؤلاء ما لا تراه الأغلبية من جوانب هامة .

جدول رقم (23) بوضوح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول رأيهم في العوامل التي ساعدت على تكوين هذا الجمهور .

النشاطات	اتكرار	النسبة
صورته في نظر المجتمع الخارجي	32	19,28%
أسلوبه الناجح في الدعوة	28	16,87%
القصالاته الخارجية	27	16,27%
نشاط المركز داخليا	26	15,66%
أسلوبه في جذب المسلمين	25	15,00%
لقيادته أثر كبير في ذلك	23	13,06%
منشوراته	5	3,01%
أسباب أخرى تذكره	-	-
المجموع		100%

استهدفت الدراسة هنا استكشاف الأسباب التي مكنت المركز من أن يكون له جمهوراً يتفاعل معه ويستفيد من إنجازاته ، وذلك من منظور المجموعة الدراسية ، التي أفادت أن المركز فعلاً قد حقق هذا الهدف .

من خلال الجدول رقم (23) نلاحظ أن (صورة المركز في نظر المجتمع الخارجي) على رأس الأسباب والعوامل التي تجذب الجماهير إليه وتربطهم به ، وحقق هذا العامل (19,82 %) من جملة الإجابات، وفي الحقيقة إن الصورة الذهنية التي يكونها الجمهور الخارجي عن المركز تلعب دوراً حيوياً وهاماً في النظر إليه ، ولكي يقدم المركز صورة مشرفة عن الإسلام لابد أن يتمتع بسمعة طيبة ، وأن يمثل الإسلام تمثيلاً طيباً في سماحته وقوته وبساطته ، وقرته على التعامل مع الجميع ، سواء أكانوا مسلمين أم أهل كتاب أم حتى مشركين ، يقول : الحق تبارك وتعالى : { وَإِنْ أَخَذَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ سِتْجَارَكَ فَاجْرَهُ حَتَّى تَسْمَعَ كَلَامَ اللَّهِ ثُمَّ أَبْلِغْهُ مَأْتَهُ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَوْمٌ لَا يَعْلَمُونَ } .

(سورة التوبة: الآية 6) . وجاء (أسلوب المركز الناجح في الدعوة) في المرتبة الثانية بنسبة (16,87 %) من جملة الإجابات . ونجاح المركز في الدعوة تحكمه عوامل كثيرة يجب أن تكون مثالية دائماً في أذهان المسؤولين والعاملين

فيه ، يأتي على رأسها التخطيط الاتصالي الناجح للدعوة الإسلامية سواء بين المسلمين أم غير المسلمين ، والمهارة في استخدام الوسائل والطرق الناجحة في الإقناع ، وكذلك الاختيار الصائب للكواتر القادرة على العمل والحركة والنشاط كواتر من المؤمنين أصحاب الرسالات لا يهمهم كسب مادي أو عائد دنيوي بقدر ما يهمهم نشر رسالتهم بين مختلف شرائح الجماهيرية ، وتحقيق الأمل التي تحنوهم في هذا الصدد .

وإذا ما سار المركز على هذا النهج فإن أسلوبه بالدعوة سينجح في تكوين جمهور يستفيد من خدماته ونشاطه . وجاءت (الاتصالات الخارجية) ، في المرتبة الثالثة بنسبة (16,27 %) من إجمالي الإجابات . وقد استطاع المركز الإسلامي في مالطا إيجاد شبكة اتصالات قوية مع قادة الرأي ، والفكر في مالطا . ومع أجهزة الإعلام المالطية ، وهو يسعى الآن في ترسيخ الوجود الإسلامي في هذا البلد عن طريق إيجاد تشيل برلماني في رئاسة الوزراء المالطية .

وللإنصاف فإننا لا نستطيع أن نحمل المركز فوق ما يتحمل ، نظراً لإمكاناته المادية الضعيفة ، وطاقاته البشرية المحدودة ، ذلك أن هذه الأهداف الطموحة يعوزها الدعم المادي ، والكواتر البشرية المتخصصة ، والتعاون الوثيق ، والصداق بين مختلف المنظمات والمراكز الإسلامية في أوروبا والعالم ، وبغض النظر عن الجوانب المذهبية ، أو الصراعات الفكرية ، أو المواقف السياسية لمختلف القوى الإسلامية .

وجاء (النشاط الداخلي) للمركز في الترتيب الرابع ، والنشاط الداخلي هو الذي يؤديه المركز داخل جدرانها ، وحقق هذا العامل (15,66 %) من جملة الإجابات . ويرجع ذلك إلى أن معظم نشاط المركز يتم في الموقع الذي أقيم فيه ، فصلاة الجمعة تتم في مسجد المركز ، وكذلك الدروس الدينية ، والنشرات التي توزع داخل المركز ، ونشاط المكتبة يقتصر على من يتردد عليها ، حتى المناسبات الدينية المختلفة تقام في ساحة المسجد ، عقود الزواج والرد على التساؤلات ، والفتاوى ، والمصالحات كل هذا يعد من النشاط الداخلي للمركز .

وجاء (أسلوب المركز في جذب المسلمين) في المرتبة الخامسة محققاً (15,00 %) من جملة الإجابات ، وهذا يعطي مؤشراً - لا بأس به - إلى أن المركز استطاع إلى حد ما إستقطاب المسلمين في مالطا ولكن هذا لا يعني أن المركز قد نجح نجاحاً باهراً ، وذلك لصغر حجم جزيرة مالطا ، وقلة عدد سكانها ، إذا ما وضعنا في الاعتبار قلة أعداد المسلمين وقد وصلت حتى الآن إلى (3500) مسلم ومسلمة .

إن المركز لا يزال مطالباً بالعمل الحثيث لإيجاد عوامل جذب جديدة ، وفعالة تجعل منه كعبة لجميع المسلمين في مالطا ونموذجاً راقياً للمراكز الإسلامية في أوروبا . حيث أن هؤلاء المسلمين يمكن أن يسهموا في دفع عجلة الحياة في المركز وفي إثراء العمل الإسلامي به ، بل وفي تقديم الدعم الأدبي والمادي له ، وخلق جسور بينه وبين الجماهير المالطية في مختلف مواقع العمل والنشاط ، وجذب المعرضين عن التردد عليه وإغرائهم بمختلف السبل ، وليس المسلمون بأقل من غيرهم من أصحاب الديانات والمذاهب الأخرى الذين يمثلون قوة يحسب لها حساب في مختلف المجتمعات الغربية ، وهذا يتطلب جهداً منظماً ، ورغبة صادقة ، وعملاً واضحاً ، وإدارة علمية واستراتيجية واضحة .

وجاء (عامل القيادة) . في المقام السادس من العوامل التي تجذب الجماهير وتربطهم بالمركز وحقق هذا العامل (13.06%) من جملة الإجابات . بيد أن هذا التأخر في الترتيب لهذا العامل لا يأتي من تفسير قادة المركز في عملهم بقدر ما ينبع من قلة الكوادر والإمكانيات المادية ، وعظم المسؤولية المتقاة على عاتق إدارة المركز فالمركز يضم مديراً إدارياً ، وإماماً واحداً فقط ، وداعية متخصص في جذب غير المسلمين من المالطيين ، وداعية متخصص لدعوة المهاجرين الأفارقة من المسلمين القاطنين في معسكرات أعدتها لهم الحكومة المالطية ، بالإضافة إلى باقي أفراد الإدارة ما بين السكرتارية والعلاقات العامة وهم اثنان ، وبذا يمكن رفع التهمة عن قادة المركز إذا ما أخذنا هذا الأمر بعين الاعتبار .

واحتلت العوامل الأخرى المساعدة التي تسهم في نشر الدعوة مراتب أقل مثل (المنشورات) وقد جاءت في المرتبة السابعة وأحرزت (3,01%) من جملة الإجابات ، في حين أن المطبوعات تعد أهم وسائل الاتصال والتأثير على الجماهير .

ولو كان للمركز وسائل مطبوعة ناجحة كجريدة أو مجلة دورية ونشرات إخبارية ، وملتصقات ، وولفات ، أو غير ذلك لأسهمت إسهاماً بليغاً في نشر رسالة المركز بين الجماهير .

جدول رقم (24) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة عن أسباب عدم استطاعة المركز أن يكون جمهوراً مسلماً يقصده ويستفيد منه .

النسبة	التكرار	الأسباب
16.67%	2	إمكانياته المادية محدودة
-	-	احتياجاته إلى عاملين أكثر
8.33%	1	حقيقة أن المسلمين مبعوثين في كل مكان
33.33%	4	ضعف أساليب في الاتصال الخارجي
25.00%	3	مواقف بعض المسلمين منه
16.67%	2	أسباب أخرى تذكر
100%		المجموع

ويسأل مجموعة الدراسة الذين أفادوا أن المركز لم يستطع أن يكون له جمهوراً مسلماً في مالطا يقصده ويستفيد من خدماته على الوجه الأكمل وعددهم 6 مبحوثين كما هو مدرج بالجدول رقم (22) عن الأسباب التي يرون أنها تحول دون تحقيق هذا الهدف ، فكشفت الدراسة كما هو مبين بالجدول رقم (24) ما يلي :

أن نسبة (33.33%) من جملة أفراد العينة تفيد أن (ضعف أساليب الاتصال الخارجي) ، من أسباب عدم قدرة المركز على تكوين جمهور له يقصده ويستفيد من خدماته . وجاء هذا العامل على رأس العوامل التي تحول دون تحقيق المركز لهذا الهدف .

وفي الحقيقة إن المركز إذا نجح في إقامة نظام ناجح للاتصال بينه وبين الجماهير فإن هذا يمكنه من الانتشار ، وتوسيع دائرة نشاطه على مختلف المستويات ، كما يتمكن من جذب المسلمين إليه وخلق روابط وثيقة معهم ، وهذا يتطلب استكشاف وسائل الاتصال الفعالة وتوظيفها بصورة أمثل لإقامة الجسور القوية مع الجماهير المسلمة وغير المسلمة .

ثم جاء العامل الخاص (بمواقف بعض المسلمين من المركز) في المرتبة الثانية محققاً نسبة (25.00%) وهكذا فبدلاً من أن يكون كل المسلمين رصيناً له يرتبطون به ، ويترددون عليه ويلتفتون في رجايه نجد أن البعض منهم يتفهم موقفاً رافضاً ربما لأسباب شخصية أو مذهبية ، أو سياسية ، وربما لأن البعض جرفته الحياة المادية في مالطا فلم يعد يعياً بالجانب الروحي في حياته . ولعل المركز هنا يتحمل مسؤولية التعرف على كل المسلمين في هذه الجزيرة الصغيرة على اختلاف مذاهبهم وأفكارهم وتوجهاتهم ، ويعمل على إعادتهم إلى حظيرة الإسلام ، والعمل على لقاء إخوانهم وأداء ما عليهم من فرائض ، والتعرف على تراثهم وأصولهم من خلال الأنشطة التي يضطلع بها . وجاءت (الإمكانيات المحدودة) للمركز من بين العوامل التي لا تمكنه من تكوين جمهور مسلم له من وجهة نظر هذه الشريحة التي ترى ذلك . وحقق هذا العامل (16.67%) من جملة الإجابات . في الحقيقة إن المركز في حاجة إلى دعم قوي بإمكانيات كبيرة تدفعه إلى التحرك والانطلاق ، والتأثير ، وتحقيق الأهداف الطموحة و المنروطة به . وحقق العامل الخاص (بتشتت المسلمين ، وعدم وجود جوار قوية تربطهم) نسبة (8.33%) من جملة الإجابات . وهذه المشكلة وإن جاءت بنسبة ضعيفة لا يعتد بها - على الأقل بالنسبة لمسلم مالطا - فإنها كثير ما تكتنف حياة المسلمين في المهجر ، ولو تحققت وحدهم ، وأقيمت العلاقات الوثيقة بينهم كما أرادها الله لهم في قوله: ﴿ رَاغِبِيُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرُّوا وَأذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً قَالَتْ بَنِي قُلُوبِكُمْ فَاصْبِرُوا بِنِعْمَةِ إِخْوَانِكُمْ عَلَىٰ شَقَا حَفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ ﴾ (سورة الكهف: الآية 103) لكن وضعهم في العالم أفضل بكثير مما هم عليه الآن . وقد يرجع هذا التشتت بصفة عامة إلى الخلافات السياسية ، والمذهبية بين الدول الإسلامية نفسها ومحاولة كل دولة استقطاب الأقلية التي تتبعها ضد الأقليات التي لا تتفق معها في نفس الخط ، وقد يكون هذا التشتت راجعاً لعدم وجود وسائل اتصال تمكنهم من أن يتابعوا أخبار بعضهم ويتفاعلوا مع إخوانهم في الآمال والألام ، كما أن كثيراً منهم يستغرقه نمط الحياة وظروف العمل في المجتمعات الغربية فلا يقيمون وزناً لمثل هذه العلاقات الروحية .

أما الأسباب الأخرى فقد جاءت بنسبة (16.67%) وهي أن المركز يفتقر إلى كفاءات إدارية وإعلامية قادرة على إيصال رسالة المركز إلى جماهيره .

جدول رقم (25) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول رأيهم في مكانة المركز في المجتمع المالطي .

النسبة	التكرار	الرأي
51.39%	37	جيدة
34.72%	25	متوسطة
13.89%	10	دون المستوى
100%	72	المجموع

تعد هذه الدراسة على درجة كبيرة من الأهمية لأنها تعبر عن الصورة الذهنية التي ينظر بها الرأي العام المالطي إلى المركز الإسلامي ، ومنزلته في نفوس وعقول هذا الجمهور ، ومن خلالها يمكن الحكم على أعماله ،

وعلاقاته ، ومكانته لدى الرأي العام ، وكيف تنظر هذه الجماهير إليه سلباً و إيجاباً لأنه إذا نجح المركز في تقديم صورة طيبة إلى الجماهير فإنه بالتالي سوف يتمكن من تعريضهم لنشاطه ، ثم إقناعهم برسائلته وإبلاغهم بدعوته وبسؤال مجموعة الدراسة عن المكانة التي يتبوؤها المركز الإسلامي في المجتمع المالطي ، كشفت النتائج كما هو موضح بالجدول رقم (25) أن نسبة (51,39 %) من إجمالي إجابات أفراد العينة يرون أن المركز يتمتع بمكانة جيدة . ونسبة (34,72 %) ترى أنها مكانة متوسطة . ونسبة (13,89 %) ترى أنها دون المستوى . وهذا يشير في مجمله إلى أن المركز الإسلامي حقق نجاحاً جيداً ، وقد لاحظ الباحث ذلك منذ وطئت قدماه التراب المالطي حتى عودته ، ويرجع ذلك للأسباب الأتية :

- الجهود الكبيرة التي يبذلها الرجال العاملون في هذا المركز رغم قلة عددهم وعدم تنوع تخصصاتهم ، وليس بينهم أحد متخصص في حقل العلاقات العامة والإعلام ، والرأي العام ، إلا أنهم يبذلون جهوداً عظيمة لتحقيق الأغراض المختلفة التي أنشئ من أجلها المركز .
- الإدارة العاقلة لهذا المركز ، والتي تعمل على تحقيق علاقات متوازنة مع كل الأطراف بغض النظر عن ميولهم الفكرية ، واتجاهاتهم المذهبية وأصولهم العرقية .
- الدعم الأدبي والمالي الذي تقدمه جمعية الدعوة الإسلامية العالمية لمركزها إيماناً منها بدور المراكز الإسلامية في نشر الإسلام وتحسين صورته في العالم .
- إن المركز الإسلامي يعد أقدم وأضخم مؤسسة إسلامية في مالطا ، ويفضل جهوده ظل يكتسب أرضاً جديدة كلما تمضي الأيام ، ويتبوأ مكانة متنامية بين الجماهير المالطية .
- إن كثيراً من المصالح والمؤسسات المالطية ترجع إلى المركز كلما طرح الإسلام كموضوع للبحث والنقاش ، كما أنه يعد مرجعاً أساسياً للرد على مختلف التساؤلات وعلامات الاستفهام التي تزد إليه ، لاسيما أنه يمارس نشاطه الإسلامي بمعنى عن أي تطرف مذهبي أو ديني ، أو فكري من أي نوع .
- إن الشهادات التي يصدرها المركز، تلقى الاعتراف والاحترام من مختلف الجهات العالمية كشهادات إشهار الإسلام ، ووثائق الزواج ، والفتاوى ، وغير ذلك ، ولو واصل المركز جهوده في هذا الصدد بعون الله وتم تدعيمه بالإمكانات المادية والبشرية اللازمة لزادت مكانته وارتفع شأنه ، وتبوأ المكانة المرموقة التي تليق به في المجتمع المالطي .

جدول رقم (26) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول رأيهم في استفادة غير المسلمين من نشاط المركز .

النسبة	التكرار	الرأي
58.33%	42	نعم
29.17%	21	إلى حد ما
12.50%	9	لا
100%	72	المجموع

تستهدف هذه الدراسة معرفة مدى الاستفادة من الخدمات التي يقدمها المركز لغير المسلمين في أي مجال من المجالات المنوطة به سواء لتعريفهم بالإسلام ، أو تزويدهم بإصدارات المركز ، ومدى تعرضهم لأنشطة المركز المختلفة ، ومدى إسهامه في حل المشكلات المتداخلة بين المسلمين وغيرهم ، وقدرته على تحقيق المصالحات ، والرد على التساؤلات المثارة ، والقدرة على إقامة جسور من الود والعلاقات الطيبة مع الجماهير المسلمة ، وغير المسلمة التي تدين بالمسيحية وتعتنق المذهب الكاثوليكي ، وغيره من المذاهب والديانات الأخرى ، وكذلك تقديم الإسلام في صورته اللائقة التي تعكس حقائق هذا الدين ، وجوهر العلاقات العامة الإسلامية .

و يوجد الكثير مما يمكن أن يقدمه المركز لهذه الجماهير في هذا الصدد والقرآن الكريم يضم العديد من الآيات وسنة رسوله تشتمل على الكثير من الأحاديث ، والأفعال التي تشكل أساساً طيباً لعلاقات جيدة بين المسلمين وغير المسلمين لا سيما أهل الكتاب من المسيحيين الذين قال: الحق فيهم ﴿ وَتَجِدَنَّهُمْ مُؤَدَّةً بِلَدِينِ آمَنُوا الَّذِينَ قَالُوا إِنَّا نَصَارَى ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَسِبَ عَلَيْهِنَ وَهَابَانَا وَأَنَّهُمْ لَا يَسْتَكْبِرُونَ ﴾ (سورة السائدة : الآية 82) . وقال : عز وجل ﴿ إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَالَّذِينَ هَادُوا وَالصَّابِقُونَ وَالصَّارِي مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَعَمِلَ صَالِحًا فَلَا خَوْفَ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴾ (سورة العائدة : الآية 69) .

إلا أن الدراسة التي بين أيدينا تأخذ على عاتقها استكشاف الدور الذي يضطلع به المركز في نشر الإسلام ، وتقديم صورة صادقة ، ومحبية عنه لغير المسلمين . وهي الصورة الصحيحة التي تعكس الواقع الإسلامي كما أراده الله لهذا الدين .

وقد تم توجيه سؤال إلى مجموعة الدراسة لمعرفة رأيها في مدى قيام المركز بهذه المهمة . وإن كان من الأفضل توجيه هذا السؤال إلى عينة أخرى من الجماهير غير المسلمة . نعلها أقدر على الحكم على نشاط المركز في هذا المجال .

إلا أن تلك الدراسة يعوزها الوقت ، والمال ، وهو ما لم يتوافر في تلك الفترة المحدودة التي قمنا خلالها بهذا البحث ، فاقترنت الدراسة على جماهير المسلمين وهم أكثر التصاقاً واحتكاكاً بالمركز لمعرفة رأيهم في مختلف القضايا التي تضمنتها استمارة البحث .

وقد أوضحت نتائج الدراسة كما هو مبين بالجدول رقم (26) أن أكثر من نصف مجموعة الدراسة (58,33%) أفادت بأن استفادة غير المسلمين من نشاط المركز في عمومها جيدة . وذكر (29,17%) من جملة الإجابات أن مدى الاستفادة من نشاط المركز محدود ، في حين ذكر ما نسبته (12,50%) من جملة الإجابات أن غير المسلمين لا يستفيدون من المركز على الإطلاق .

وهذه مؤشرات تدل على ما يلي :

• إن نشاط المركز لم يكن مقتصرًا على المترددين عليه من المسلمين فقط ، إنما امتدت نشاطاته إلى غير المسلمين . وهذا ما أكدته النسبة الأغلبية من جملة أفراد العينة (87,5%) وهي نسبة كبيرة مقارنة بمن رأوا العكس .

- وهذا الأمر يتفق مع منهج الدعوة الإسلامية الذي يحض على الانطلاق إلى أفق بعيدة لتشر الدين بين أصحاب الديانات والمذاهب الأخرى .

جدول رقم (27) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول رأيهم في مدى نجاح المركز في نشر الدعوة إلى الإسلام

النسبة	التكرار	الرأي
38,89 %	28	درجة عالية
44,44 %	32	إلى درجة معينة
16,67 %	12	قليلة جداً
100 %	72	المجموع

انتشار الإسلام هو الهدف الأسمى لكل المنظمات والمراكز الإسلامية ، ولجميع المسلمين دعاء وأفراداً منذ أن بعث الله محمداً ﷺ نبياً ورسولاً إلى الناس كافة يهديهم ويذكهم ويعلمهم الكتاب والحكمة . (قُلْ قَدْ سَبَّيْ أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى تَشْيِيرِهِ أَمَا وَمَنْ آتَى اللَّهَ وَمَنْ آتَى النَّبِيَّ وَاللَّهُ وَمَا أَلَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ) (سورة يوسف : الآية 108) . ونجاح المركز الإسلامي في هذا الصدد هو المحك الحقيقي للحكم على فاعليته وقدرته على كسب جماهير أخرى من غير المسلمين هو بمثابة قدرته على اقتحام المصاعب .

وإذا كانت الإحصاءات التي توافرت لدينا لا تشير إلى معدلات انتشار في الجزيرة المالطية ، فإن سؤال المسلمين الذين يعيشون في مالطا ، ويحتكون بالجماهير المالطية . ويرقبون الدعوة الإسلامية هناك بعد أحد المؤشرات المهمة .

وبسؤال عينة الدراسة عن مدى نجاح المركز في تحقيق هذا الهدف أفاد أقل من نصف عينة الدراسة (38,89%) بأن المركز نجح في تحقيق هذا الهدف بدرجة عالية ، وأجاب (44,44%) بأن نجاح المركز في هذا المجال محدود ، أما الذين أفادوا بأن نجاح المركز قليل جداً لا يعتد به جاءت نسبتهم (6,67%) كما هو موضح بالجدول رقم (27) . وتدل هذه المؤشرات إلى ما يلي :

- ليس مطلوباً من غير المسلمين بالضرورة أن يتوجهوا إلى المركز الإسلامي والافتتاح به ، ولكن على المركز أن يصل إليهم مستعيناً في ذلك بكافة وسائل الاتصال الفعالة والمؤثرة ، وذلك بهدف لفت النظر إلى دوره ووظيفته ، وكذلك لفت الانتباه إلى الجوانب المضيئة التي يتضمنها هذا الدين .

- إن كثيراً من غير المسلمين لا يدينون في الواقع بأي دين وإن كانت أوراقهم الرسمية تدل على الانتماء إلى دين معين ، فهم ملاحدة يلبسون أثواب المسيحية أو غير المسيحية ، وهم لا يستحون من الإعلان عما يؤمنون به ، ومالا يؤمنون به ، وهؤلاء هم الضالون الذين يبحثون عن مصادر لهدايتهم وإقلاهم من الضياع الذي يعيشون فيه على الرغم من أنهم حققوا مكاسب مادية ، واعتلوا مناصب و اضافوا أرباحاً ذنوبية ضخمة سواء على الصعيد المعنوي ، أم الوظيفي ، أم المادي ، أم غير ذلك . والمركز مؤهل هنا لكي يتقدم لأخذ زمام المبادرة في هذا المجال ، والعمل على التغلغل وسط هؤلاء وإتاحة الفرصة لهم ليعرفوا الحقيقة الخالدة التي يتضمنها هذا الدين .

• إن كثيراً من الجماهير غير المسلمة تعاني من مشكلات أو تواجهها صعاب جمة سواءً في حياتهم الاجتماعية ، أم الاقتصادية ، أم الفكرية وترجع هذه المشكلات غالباً إلى قيود فرضتها عليهم المذاهب و الأديان التي يدينون بها ، وهم يضيقون بها ضرعاً ! لأنها لا تتسع لحل المشكل والصعاب ولعلمهم يجدون في الإسلام الحل السهل ، والميسر لمشكلاتهم وقضاياهم، فهذا يضيق بحياته الزوجية وليس أمامه فرصة للخلاص لأنه يدين بمذهب يرفض أي حل ، وهذا ارتكب ذنباً في حق نفسه أو غيره ، وذلك عنده مثل كثير لا يعرف كيف يستمره ، أو ينفقه وهؤلاء وهؤلاء لو عرفوا أن الإسلام له رعود شافية، وكافية على نساؤلاتهم ، وحل لجميع مشكلاتهم لبحثوا في هذا الدين ، واقتربوا منه ، ولا يتأتى ذلك إلا إذا اضطلع المركز بإبلاغ عنه ، أو الإعلام عن هذه الحلول ، وتلك الردود .

• إنه لو استعان المركز ورجاله بمنهج الرسول ﷺ في الدعوة إلى الله ، ووضعوا خططهم الاتصالية وفقاً لهذا المنهج ، مثل اتباع الأسلوب المرحلي في التبليغ ، والبساطة ، والوضوح في عرض القضايا الإسلامية ، والدأب ، والتفاني ، واستثمار الوسائل المتاحة ، ولاسيما الاتصال المباشر لحققوا إنجازاً هائلاً على صعيد الدعوة الإسلامية ، ولأمكنهم السيطرة على الوسائل والقنوات المتاحة بدلاً من سيطرة هذه الوسائل وتحكمها فيما يذاع وينشر وما لا ينشر ويذاع .

جدول رقم (28) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة عن رأيهم فيما إذا كان المركز

استطاع إقناع غير المسلمين بدخول الإسلام

النسبة	التكرار	الرأي
% 63,89	46	نعم
% 2,78	2	لا
% 33,33	24	لا أعرف
% 100	72	المجموع

نظراً لأن الدراسة السابقة التي كانت تستهدف استكشاف مدى نجاح المركز في نشر الدعوة الإسلامية بين غير المسلمين قد أسفرت عن نتائج إيجابية وأخرى سلبية . وحيث أن نجاح المركز في هذا الصدد تحكمه العديد من الاعتبارات من أهمها توافر الكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على حمل هذه المسؤولية ، ووجود خطة إعلامية ناجحة ، وتوافر الدعم المادي والتأييد المعنوي من الجماعات والأفراد في مالطا .

كان لا بد من استكشاف مدى قدرة المركز على إقناع غير المسلمين لاعتناق الإسلام ، وتقييم أدائه لتحقيق هذا الهدف بحسب الإمكانيات المتاحة له والظروف التي يعمل في ظلها .

وفي الحقيقة أن مسألة إقناع أصحاب العقائد الأخرى لتغيير عقائدهم ليست سهلة ، وإذا كانت الدراسات العلمية تؤكد أن تغيير الآراء مسألة واردة لأن الرأي ليست له صفة الدوام والاستمرارية ، كما أنه من السكّن أيضاً تغيير السلوك والاتجاه بل قد تنجح بعض الحملات الإعلامية في تغيير العادات والتقاليد السائدة .

أما تغيير العقائد والأديان فهي مسألة غير ميسرة بل يكتنفها العديد من المصاعب ، حتى الأنبياء أنفسهم تعبوا كثيراً وذاقوا الأمرين في محاولاتهم لنشر رسالاتهم وسط أقوامهم، وشنت عليهم حروب لا هوادة فيها ، وكانوا مدعومين بالقوى الروحية والدعم الإلهي الذي يفتقد أي داعية الآن .

ولكن بالرغم من ذلك فإن هذه المسألة ليست مستحيلة على الرغم من المشاق الصعبة التي تعترضها لاسيما في المجتمع الليبرالي الغربي لعدة اعتبارات قمنا بتوضيحها في الجانب النظري من هذه الدراسة .*

فهو استطاع المركز أن يسهم بشيء في إقناع غير المسلمين لدخول الإسلام وأن يستثمر كل الظروف ليقدم الحقيقة الخالدة التي ينطلق منها للتفاعل مع الشرائح الجماهيرية المختلفة ، ويتبعها بالإسلام مُمَثِّلاً بالمنهج الصحيح للإعلام عن الإسلام ببساطته ، ووضوحه ، وفي سماحته ، ومنطقه ، وفي قوته ، وعقلانيته ، وفي تدرجه وشمونه في رسم مسار واضح للحوار مع الآخر الذي هو آلية التعارف والتعايش في الإسلام . وفي هذا التعارف يتجسد جوهر العلاقات العامة الإسلامية ، هذا ما حاولت هذه الدراسة الإجابة عنه من خلال سؤال تم توجيهه إلى مجموعة من المبحوثين لعلهم يجلون الحقيقة ، أو يكشفون الستار عن الواقع من خلال عملهم وتجاربهم ، ومعايشتهم ، وإدراكهم لدور المركز في إقناع غير المسلمين لاعتناق الإسلام .

وقد اتضح من خلال الجدول رقم (28) أن النسبة الأكبر وهي (63,89 %) من جملة أفراد عينة الدراسة أشادت بدور المركز في تحقيق هذا الهدف ، وأنه نجح إلى حد كبير في الوصول إليه .

وهذه النتيجة مرضية وجيدة جداً ، إذا قارناها بإمكانيات المركز المحدودة على الصعيدين المادي والمعنوي ، وقد التقى الباحث بداعية المركز المختص لدعوة غير المسلمين من المالتبيين إلى الإسلام ، وقد كان إسلامه منذ 12 عام . وقد استطاع خلال هذه الفترة إقناع الكثير من المالتبيين في دخول الإسلام .

في حين أفاد (33,33 %) من جملة أفراد العينة أنهم لا يعرفون ما إذا كان المركز قد استطاع تحقيق هذا الهدف أو لم يستطع ، ولعل هؤلاء كانوا صادقين معنا ومع أنفسهم حين أدلوا بهذه الإجابة فمعلوماتهم عن هذا الموضوع محدودة ، وقدرتهم للإفادة معدومة ، ربما لأنهم لم يصادفوا أحداً من غير المسلمين دخل الإسلام نتيجة لجهود بذلها المركز في هذا الصدد ، ولو حدث ذلك ل جاءت ردودهم في هذا المجال إيجابية .

وأجاب (2,78 %) من جملة أفراد العينة بأن المركز لم يقم بأي دور في هذا المجال ولم يسهم بأي قدر في إقناع غير المسلمين بدخول الإسلام .

وبالرغم من النتائج الإيجابية لهذه الدراسة في هذا الصدد إلا أن الأمر يستدعي بذل المزيد من الجهد والدعم المادي والمعنوي سواء من الأمانة العامة لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، أم من أثرياء المسلمين في مالطا وهذا يتطلب :

• وضع استراتيجية علمية محددة ، واضحة في خطواتها ، وأهدافها ، وطرق تحقيق هذه الأهداف ، وتوفير الأدوات ، والوسائل اللازمة لذلك .

* راجع استراتيجيات الإنشغال مع جمهور العلاقات العامة في الفصل الأول من هذه الدراسة تحت سمور تنظيم إدارة العلاقات العامة .

• إثراء ميزانية الدعوة والإعلام والعلاقات العامة المتخصصة للمركز حتى تضمن استمرارية تنفيذ الخطط العلمية دون صعاب تقف حجر عثرة في طريق تحقيق هذا الهدف .

• تزويد المركز بالكوادر البشرية المتخصصة والمنتمية على الأداء الجيد والمؤمنة برسالتها حق الإيمان فالمركز في حاجة إلى من يجنبون الفنون الاتصالية بصفة عامة ، والعلاقات العامة بصفة خاصة ، هذا إلى جانب رجال الدين الموجودين حالياً ، والذين ينحلمون وحدهم الآن هذه المسؤولية كلها في تحقيق هذه الأغراض .

• تقديم الدعم المعنوي الذي تبذله الدول والسفارات الإسلامية المختلفة في مائطا لفتح أفاق جديدة للدعوة الإسلامية ، من خلال نفوذها واتصالاتها ، وإمكاناتها المادية ، والمعنوية ، وتضافر الجهود جميعاً لتحقيق هذا الهدف ، فالقضية واحدة ، والمصير واحد ، والنتيجة سلباً أو إيجاباً تنعكس على الجميع أياً كانت مذاهبهم ، أو جنسيتهم ، أو أصولهم .

جدول رقم (29) بوضع توزيع إجابات المراد عينة الدراسة حول رأيهم في وجود أي مجالات عمل أو مهام يمكن للمركز أن

يضيفها إلى نشاطه حتى تزيد من فاعليته في تحقيق أغراضه

النسبة	التكرار	الرأي
56,94 %	41	نعم
43,06 %	31	لا
100 %	72	المجموع

استهدفت هذه الدراسة استكشاف ما تفرزه عقول الباحثين من آراء ووجهات نظر حول الوسائل ، والطرق التي يرونها أكثر على جذب الجماهير المسلمة والتأثير في عقولهم لعل المركز أن يضعها في اعتباره ، ويستفيد من هذه الآراء ، وقد اجاب أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة عن هذا التساؤل بنسبة (56,94 %) في حين اعرض (43,06 %) من الباحثين عن الإجابة وإضافة أي معلومات أو أفكار ، وقد جاءت هذه الاقتراحات في مجملها كما يلي :

• زيادة الفوائد الإعلامية للمركز على جزيرة مالطا عن طريق إنشاء إذاعة راديو تبث على موجة fm باللغة العربية واللغة المالطية تقدم من خلالها البرامج الدينية الهادفة .

- القيام بإعداد برامج دورية في التلفزيون تقدم صورة الإسلام الصحيحة .

- الاهتمام بإصدار النشرات الصحفية ، و الاهتمام أيضاً بالوسائل السمعية والبصرية مثل أشرطة الكاسيت والاسطوانات المنمجة (CD) التي يستفاد منها في نشر الدروس الدينية ، والقرآن الكريم ، وجلب العديد من الدعاة المتخصصين والمعددين إعداداً جيداً للقيام بواجبات الدعوة الإسلامية على أكمل وجه .

• الاهتمام بالشباب المسلم لأنهم الأكثر عرضه للانحراف والذوبان في المجتمع المالطي .

• زيادة الاهتمام بالفقراء والمعوزين من الجالية المسلمة وتقديم العون والمساعدات لهم .

• زيادة الاهتمام بالمناسبات الدينية والاحتفالات والأعياد .

• الاهتمام بمد جسور العلاقات مع المجتمع الخارجي مثل الحكومة ووسائل الإعلام وقادة الرأي .

• عقد اللقاءات وحلقات البحث ، وندوات النقاش الحر والحوار الفكري ، والمناظرات ، ويجب أن يدعى إليها كبار رجال الدين والمسيحي في مالطا وخارج مالطا وإقامة الحجة عليهم .

جدول رقم (30) يوضح توزيع إجابات المراد العينة حول وجود أي مقترحات لتطوير المركز .

النسبة	التكرار	الرأي
8.33 %	6	نعم
91,67 %	66	لا
100 %	72	المجموع

قد يستطيع المبحوثون بحكم وجودهم ومعايشتهم للمجتمع المالطي الإسهام بالرأي في مدى وجود أفق أخرى جديدة يمكن إضافتها إلى مهام المركز غير المجالات التي يقوم بها حالياً ، والتي تتركز في إتاحة الفرصة لأداء العبادات الإسلامية المختلفة للمسلمين الذين يترددون عليه . وتقديم الخدمات الدينية لهم كالتفاني وعقود الزواج ، والطلاق ، وإقامة المناسبات الإسلامية ، ونشر الإسلام بين غير المسلمين والعمل على إقناعهم به ، وتقديم صورة محببة عنه إلى الرأي العام بمختلف فئاته ، وطوائفه ، ولهذا توجهت الدراسة إلى عينة الدراسة ، بسؤال محدد عن إمكان إضافة أنشطة أخرى إلى أعمال المركز تزيد من فاعليته وتسهم في تحقيق أغراضه .

وقد أظهرت النتائج من خلال الجدول رقم (30) أن (8,33 %) من إجمالي أفراد العينة يرون أن المركز يمكن أن يضيف إلى نشاطه مجالات عمل ومهام أخرى غير تلك التي يقوم بها فعلاً ، وذلك مقابل (91,67 %) أدانوا بأنه لا توجد مجالات أو مهام أخرى يمكن أن يضيفها المركز إلى نشاطه ، ولعل الذين عرضوا الإجابة الأخيرة لا يرون في الإمكان أفضل مما كان ، وبالتالي فلا توجد أي مهام يمكن أن يضيفها المركز إلى نشاطه الحالي . إلا أن المجموعة الأولى رأت ذلك وهي - وان كانت قليلة - يمكن الاستفادة من وجهات نظرها ومقترحاتها ، لأن مجالات عمل المركز - من خلال معايشتنا له - متنوعة ومتعددة ، وفرصته في العمل والحركة كبيرة ومتاحة ، ويمكن أن يستوعب العديد من المهام الإعلامية والفكرية ، والاجتماعية ، والتعليمية ليثري نشاطه وعمله بها ، كما يمكن أن ينشئ علاقات مع المؤسسات المختلفة في المجتمع ، ويتبادل معهم الحوار والنقاش ، كما يمكن أن ينشئ له منابر في أجهزة الإعلام والتعليم ، والفكر ، والثقافة .

(لقد نازت لحريرة للعمل) (المسليمي) والنشاط (التصالي) لثري (لجماهير لتطوير أنشطة المركز)

- تنظيم دورات في تعليم الفقه المبسط للمسلمين لكي يؤدوا فرائضهم على أكمل وجه .
- دورات لتحفيظ القرآن الكريم لأطفال المسلمين من المالطيين الذين لا يجيدون اللغة العربية .
- زيادة نشر الكتب الإسلامية باللغة المالطية .
- تطوير العمل الإعلامي والدعائي في نشر الدعوة الإسلامية .
- تأسيس محال تجارية للمسلمين توفر لهم الأطعمة الشرعية والمواد اللازمة .
- الاهتمام بالشباب المسلم عن طريق الاتفاق مع الحكومة المالطية لتوفر فرص عمل لهم .

جدول رقم (31) يوضح توزيع إجابات المراد عينة الدراسة حول وجود أي مقترحات أو إضافات أخرى لتطوير المركز

النسبة	التكرار	الرأي
% 11,11	8	نعم
%88.89	64	لا
% 100	72	المجموع

باستطلاع آراء مجموعة الدراسة عن مدى وجود أي مقترحات ، أو إضافات أخرى لديهم تسهم بشكل أو بآخر في تطوير نشاط المركز ، لعل ما تقدمه من آراء يعد ابتكاراً جديداً يلفت الأنظار إلى ما قد لا تعرفه إدارة المركز . ويستفيد منه القائمون على نشاطه . لأن هذه الجماهير بحكم معاشتها للمجتمع المالطي ، واحتكاكها به ، وتعاملها مع أدوات الحياة هناك يمكن أن تقدم أفكاراً جديدة للارتقاء بأعمال المركز ، ونشاطه ، وتضع المسؤولين على الطريق الصحيح ، لوضع الخطط العلمية التي تستهدف تطوير المركز وزيادة فاعليته .

وقد أجاب كما هو موضوع بالجدول رقم (31) (11,11 %) من جملة إجابات أفراد العينة بأن لديهم مقترحات ، وآراء يمكن أن تسهم في تطوير المركز ، وهي نسبة قليلة إذا ما قارناها بمن اعرضوا عن إضافة أي مقترحات وهي (88,89 %) من إجمالي إجابات أفراد عينة الدراسة .

وهنا يصبح على المركز أن يجري دراسات علمية مستمرة على الجماهير المختلفة لاستكشاف ما قد تتفق عنه أذهانهم من مقترحات لتطوير العمل الإسلامي في مالطا من خلال هذه الأفكار الجديدة .

وبسؤال أفراد عينة الدراسة الذين قرروا وجود مقترحات لتطوير أنشطة المركز والتي يرونها تدفع بالمركز إلى الأمام بصورة أفضل ، اتضح أن أهم هذه المقترحات التي قدمتها مجموعة الدراسة تتركز فيما يلي :

- أن يتركز نشاط المركز على الأعمال والأنشطة الفعلية بعيداً عن الشعارات الفضفاضة التي لا تستلزم واقعاً بأي صلة .
- إعداد الدعاة إعداداً جيداً لأنهم حملة رسالة الإسلام .
- التركيز على الجانب الإنساني وذلك بالاهتمام بالفقراء من المسلمين وحتى غير المسلمين ، وعدم الاكتفاء بمن يأتون إلى المركز طائنين للمساعدة فما أكثر من يحسبهم الجاهلون أغنياء من التعفف .
- العمل على استثمار أموال المركز لزيادة الدعم المادي له لأن المال عصب الحياة ولا يقوم ويصلح أي نشاط بدونه .

النتائج وخاتمة اللطاف والتوصيات

- النتائج العامة .
- الخاتمة .
- التوصيات .

النتائج العامة

لقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج كان أهمها :

نتائج ودراسة العلاقات العامة بالبورصة العامة لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية (بطرابلس)

• إن المسمى الوظيفي للعلاقات العامة في الإدارة العامة لجمعية الدعوة الإسلامية العالمية هو قسم العلاقات العامة ، وهو يتفرع في الهيكل التنظيمي للجمعية عن مكتب الشؤون العامة .

• غياب المفهوم العلمي للعلاقات العامة لدى المسؤولين، عليها في الجمعية (فيد الدراسة) ، حيث ينحصر مفهومها لديهم في استقبال وتوديع الضيوف والقيام بكل ما يتعلق بهم من حجز في الفنادق وإعداد المآدب الغذائية ، وتوفير وسائل النقل .. الخ .

• تهميش العلاقات العامة في الجمعية فيد الدراسة ، والذي يرجع إلى وجود قصور كبير في فهم وإدراك القيادات الإدارية للعلاقات العامة العلمية ، وأهدافها ، ووظائفها ، ودورها في النهوض بالنشاط الدعوي للجمعية ، وتصحيح صورة الإسلام في العالم .

• غياب الأسس العلمية في ممارسة العلاقات العامة والمتمثل في البحوث ، والتخطيط ، والاتصال ، والتقييم .

• التركيز على وسيلتي الهاتف ولوحة الإعلانات في الاتصال بالجسمور الداخلي .

• غياب دور العلاقات العامة الحقيقي داخل جمعية الدعوة الإسلامية العالمية أدى إلى إفراز عدة مشاكل أمام العاملين في تأدية أعمالهم .

نتائج ودراسة العلاقات العامة بفرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية بمهربية مالطا (المركز الإسلامي)

• تمارس العلاقات العامة في فرع الجمعية (المركز الإسلامي) بشكل رسمي ومباشر وانحصرت أهم أعمالها في الآتي :

- الاتصال والتنسيق مع الجهات العامة في مالطا ذات الصلة بنشاط المركز .

- الحجز في الفنادق لضيوف المركز ، والمساعدة في الحصول على التأشيرة لدخول مالطا في بعض الأحيان .

- الاتصال بالسفارات المعتمدة في مالطا .

- التعامل مع المصارف .

• تعاني العلاقات العامة من المشاكل التي تعاني منها في الإدارة العامة للجمعية ، وهي غياب الأسلوب العلمي في

ممارستها . و كيفية توظيفها في مجال نشر الدعوة الإسلامية ومواجهة الحملة الدعائية ضد الإسلام والمسلمين

• غياب العلاقات العامة في المركز كوظيفة رسمية تقوم بدورها العلمي والحقيقي لم ينف ممارس بعض أنشطتها .

ولو بصورة عشوائية - ضمن المهام التي اضطلع بها المركز مثل محاولة إيجاد علاقات طيبة بين جموع المسلمين

في مالطا وبين مختلف المؤسسات المالطية ، ورجال الدولة سواء على الصعيد الرسمي أم الشعبي ، كذلك من خلال

عمل المركز في الحفاظ على وحدة الجالية المسلمة في مالطا .

• كما لم تغب العلاقات العامة في ممارسات الدعاة الذين كلّفهم المركز بحمل مسؤولية الدعوة إلى الإسلام .
وفيما يخص النشاط الاتصالي للمركز بصفة عامة ، فقد حقق (المركز الإسلامي بمالطا) إنجازات لا بأس بها على الصعيد الإعلامي والثقافي والديني على المستويين المحلي في الساحة المالطية وعلى الساحة الدولية ، واستطاع أن يسهم بصورة فعالة في حقل الدعوة والإعلام الإسلامي ، والعلاقات العامة الإسلامية مما يصعب على وسائل الاتصال الجماهيري أن تحقّقه ، وأصبح دوره إيجابيا لدى قطاعات كبيرة من الجماهير المسلمة ، وغير المسلمة .

إلا أن هذا النشاط يفتقد إلى مجموعة من العوامل التي تدفع عجلة الحياة والنشاط به من أهمها :

- إن الحقائق المنطقية تؤكد أن طاقة المركز الحالية لا يمكن أن تمكنه من الأداء الذي ينتظره منه المسلمون ، ومن الانتشار بالصورة المرجوة ، ومن تحقيق الأمل العظام التي تتطلع لها الجماهير المسلمة .
- يعمل المركز بدون استراتيجية محددة الملامح واضحة الأهداف في غيبة خطة طويلة الأمد وأخرى قصيرة ، فالعمل الدعوي والإعلامي الآن يقوم على الاجتهاد الشخصي ، والجهود الفردية ، والمحاولات الخاصة التي لا تستند إلى دراسة وعلم ، فنضيق أمامها كثير من الفرص المتاحة ، ونفتقد القدرة على فهم طبيعة الجماهير التي تتعامل معها ونوعياتها وأهدافها وأملها وألمها .
- إن الجهود التي تبذل في مجال الدعوة إلى الإسلام في مالطا لا تزال متواضعة ، ولا يحكمها ضابط معين ، ولا تعمل وفق منهج ثابت ، ورؤية واضحة على الرغم من المحاولات الصادقة، والمخلصة التي يبذلها رجال المركز في محاولة منهم لدحض الاتهامات ، والرد على الأكاذيب التي يكبّدها أعداء الإسلام، ويحركون من خلال المنابر الإعلامية المتاحة من إذاعة ، وصحف ، وجامعات ، ومصالح ، وهينات لترسيخ الوجود الإسلامي في المجتمع المالطي قدر الإمكان .
- تفتقر مكتبة هذا المركز إلى كثير من الكتب والمخطوطات والوسائل السمعية والبصرية ، ومقهي لشبكة المعلومات الدولية (الانترنت) التي تمكن المتردين عليه من الاستعانة بها لإثراء نشاطاتهم وعقولهم ، وتزويد الجماهير المسلمة وغير المسلمة باحتياجاتها من المعلومات التي تفيدها وتصحح صورة الإسلام لديها .
- لا يقيم المركز وحدة معلومات وأرشيف يخدم أمور الدعوة المختلفة ويرفد رجالها بالزاد الثقافي والفكري . وعلى الرغم من المبالغ الطائلة التي يقدّمها المسلمون على المآدب والحفلات ، فإنهم يرضون على المكتبة بجانب من هذه الأموال ، كأن أموال الصدقة والزكاة ، والتبرعات لا تجوز على الكتب والمكتبة والأرشيف .

خاتمة المطا

تتلخص مشكلة الدراسة في تقييم الممارسة الفعلية لوظيفة العلاقات العامة بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية (بترابلس) وفرعها بجمهورية (ماتطا) .

ولدراسة هذه المشكلة نطلب الأمر القيام بدراسة ميدانية لأجل تجميع البيانات والمعلومات التي رأى الباحث ضرورة الحصول عليها لاستكمال هذه الدراسة ، ولتمكين الدراسة الميدانية من تحقيق أهدافها تم تصميم أربع استمارات استبيان ، استهدفت الأولى و الثانية مسزولي العلاقات العامة بكل من الجمعية وفرعها بماتطا . واستهدفت الثالثة الجمهور الداخلي للعلاقات العامة بالإدارة الرئيسية للجمعية (بترابلس) . أما الاستمارة الرابعة فاختصت بالجمهور الخارجي للعلاقات العامة والمتمثل في (رواد المركز الإسلامي بماتطا) . وقد اعتدت تلك الاستمارات كأداة رئيسية لتجميع البيانات المتعلقة بالدراسة ، وتم استخدام النسب المئوية والتكرارات أسلوباً إحصائياً في تحليل البيانات واستخلاص النتائج التي كان من أهمها :

• إن المسمى الوظيفي للعلاقات العامة في الإدارة الرئيسية للجمعية هو قسم العلاقات العامة أما بالفرع فهو وحدة العلاقات العامة .

• إن موقع إدارة العلاقات العامة بكل من الإدارة الرئيسية للجمعية وإدارة فرعها بماتطا لا تتناسب مع وظائفها التي تقوم بها .

• غياب المفهوم العلمي للعلاقات العامة وعدم وضوح لدى مسزولي العلاقات العامة بالجمعية .

• تهميش العلاقات العامة في جمعية الدعوة الإسلامية قيد الدراسة وفرعها بجمهورية ماتطا والذي يرجع إلى وجود قصور كبير في فهم وإدراك القيادات الإدارية في الجمعية للعلاقات العامة العلمية وأهدافها ووظائفها .

• بالرغم من غياب العلاقات العامة كوظيفة رسمية تقوم بدورها الحقيقي بالمركز الإسلامي، إلا أن هذا الأمر لا ينفذ وجود بعضاً من أنشطتها ضمن مهام هذا المركز كما لم تخففي في ممارسات الدعاة المكلفين بمخاطبة جمهور الدعوة الإسلامية .

• يعمل المركز الإسلامي بدون استراتيجية محددة الملامح وواضحة الأهداف واقتصار العمل الدعوي للمركز على الاجتهادات الشخصية والجهود الفردية حسب الإمكانيات المتاحة .

• تواضع الجهود التي تبذل في مجال الدعوة إلى الإسلام في ماتطا ، على الرغم من الأعمال الصادقة والمخلصة التي يبذلها رجال المركز في هذا المضمار .

• هناك مجموعة من المشاكل والصعاب التي تعيق عمل العلاقات العامة في جمعية الدعوة الإسلامية وفرعها بجمهورية ماتطا أهمها :

• عدم اهتمام إدارة الجمعية بوظيفة العلاقات العامة .

• عدم تخصيص ميزانية خاصة بالعلاقات العامة بكل من الإدارة العامة للجمعية وفرعها بماتطا .

• عدم الاهتمام بوسائل الاتصال المختلفة في نشاط العلاقات العامة .

- عدم وجود الكوادر العلمية المتخصصة بوظيفة العلاقات العامة بجمعية الدعوة الإسلامية وفروعها بمالطا .
- تداخل اختصاصات إدارة العلاقات العامة مع المكاتب والإدارات والأقسام الأخرى في الجمعية .
- كل هذه الأسباب وقتت حجر عثرة أمام تقدم وظيفة العلاقات العامة بجمعية الدعوة الإسلامية وفروعها بجمهورية مالطا (قيد الدراسة) وعدم تمكنها من القيام بدورها الحقيقي والعلمي في نشر الدعوة الإسلامية وتصحيح صورة الإسلام في الغرب !! .

التوصيات

انطلاقاً من أهمية العلاقات العامة في المنظمات الإسلامية الدولية ، ولدورها الفعال في نشر الدعوة الإسلامية وتصحيح الصورة الذهنية للإسلام والمسلمين في العالم . ونظراً للتأكيد نتائج الدراسة الميدانية على وجود بون شاسع ما بين الواقع الفعلي للعلاقات العامة بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية وبين ما يجب أن تكون عليه كمهنة علمية متخصصة ، والنتائج أساساً من القصور في فهم وإدراك أهمية العلاقات العامة وعملها من قبل القيادات الإدارية العليا في الجمعية ، وإيماناً من الباحث في الإسهام بمعالجة أوجه القصور الموجودة ، حتى تحظى العلاقات العامة في جمعية الدعوة الإسلامية العالمية بالاهتمام الكافي يوصي الباحث بما يلي :

- إعادة النظر في التوائح المنظمة لعمل العلاقات العامة بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، وذلك بأن يتم صياغتها من قبل متخصصين وخبراء في مجتل العلاقات العامة الدولية والدعوة الإسلامية والإعلام الإسلامي لتحديد وظائفها بدقة وعلاقتها بالوظائف الإدارية الأخرى داخل الجمعية ، حيث يجب أن تصاغ هذه التوائح بناءً على رؤية عميقة لفلسفة العلاقات العامة الحديثة والإسلامية وكافة الفنون الاتصالية الأخرى ، رؤية تصنع في اعتبارها كيفية الاستفادة الحقيقية من هذه العلوم الاتصالية في نشر الدعوة ومجابهة الحملة الدعائية الغربية المفروضة ضد الإسلام .
- أن يتبع جهاز العلاقات العامة أعلى مستوى إداري في الجمعية حتى تتمكن من الإلمام بمختلف جوانب أنشطة الإدارة العليا وفلسفتها وتفسيرها للجماهير المختلفة ، ونقل اتجاهات الرأي العام إلى الإدارة العليا في التوقيت المناسب على أن لا تصبح هذه التبعية شكلية تحوّل العلاقات العامة إلى مجرد إدارة تنفيذية تابعة للإدارة العليا ، بل يجب أن تعطى الصلاحيات الكاملة للعلاقات العامة حتى تتمكن من القيام بعملها على الوجه الأكمل .
- التوجه إلى تعيين كوادر علمية متخصصة في العلاقات العامة للقيام بعملها على أسس علمية مدروسة ، مع توفير المخصصات المالية الكافية حتى تتمكن هذه الكوادر من تحقيق أهداف العلاقات العامة .
- الاستعانة بخبرات خارجية من المستشارين الخارجيين والوكالات المتخصصة في العلاقات العامة ، وذلك للاستفادة من خبرتهم في تنفيذ البرامج واحتكاك العاملين في إدارة العلاقات العامة بهم واستفادتهم من هذه الخبرات من خلال الممارسة العملية .
- أن تتبع العلاقات العامة في الجمعية أسلوب التنظيم اللامركزي والذي يخول لإدارات وأقسام العلاقات العامة في الفروع والمراكز الإسلامية التابعة للجمعية في الخارج القيام بعملها بحرية كاملة حسب الظروف والمواقف .



.. ثبت المراجع ..



الكتب :

1. أبو أصعب ، صالح خليل ، العلاقات العامة والاتصال الإنساني ، الأردن / عمان : دار الشروق للطباعة ، 1998 ف .
2. أبو المجد ، كمال ، حوار لا مواجهة دراسات حول الإسلام والعصر ، الكويت : كتاب العربي ، سلسلة فصلية تصدرها مجلة العربي الكويتي ، العدد السابع . 1985 ف .
3. أبو خليل ، شوقي ، أضواء حول مواقف المستشرقين ، الجماهيرية العظمى / طرابلس : منشورات جمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، ط2 ، 1999 ف .
4. أبو زهرة ، محمد ، العلاقات الدولية في الإسلام ، مصر / القاهرة : دار الفكر العربي . ب ت .
5. أبو زهرة ، محمد ، تنظيم الإسلام للمجتمع ، مصر / القاهرة ، دار الفكر العربي . 1999 ف .
6. أبو قحف ، عبد السلام ، محاضرات في العلاقات العامة ، لبنان / بيروت : الدار الجاسعية ، 1994 ف .
7. إدريس ، محمد الغزالي أحمد ، العلاقات العامة وفاعلية الإدارة ، مصر / الزقازيق : المكتبة العلمية ، 2005 ف .
8. إمام ، إبراهيم ، العلاقات العامة والمجتمع ، مصر / القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، 1958 ف .
9. إمام ، إبراهيم ، فن الإعلام العلاقات العامة ، مصر / القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، 1986 ف .
10. إمام ، محمد كمال الدين . الإعلام الإسلامي ، مصر / الإسكندرية : الدار الجامعية الحديثة ، 2004 ف .
11. أمين ، جلال ، عصر التشهير بالعرب والمسلمين نحن والعالم بعد 11 سبتمبر 2001 ، مصر / القاهرة : دار الشروق ، 2004 ف .
12. الأشعل ، عبد الله ، أصول التنظيم الإسلامي الدولي ، مصر / القاهرة : دار النهضة العربية ، 1988 ف .
13. الأيوبي ، زياد الدين ، ندوة " نحو إعلام إسلامي فاعل ومؤثر " ، الجماهيرية العظمى / طرابلس : منشورات القيادة الشعبية الإسلامية العالمية ، ط2 ، 2000 ف .
14. بشاري ، محمد ، صورة الإسلام في الإعلام الغربي ، سوريا / دمشق : دار الفكر ، 2004 ف .
15. البكري ، فؤاد ، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال ، مصر / القاهرة : دار نهضة الشرق ، 2001 ف .

16. البكري ، فؤاد ، العلاقات العامة في المنشآت السياحية ، مصر / القاهرة : عالم الكتب ، 2004 ف
17. (ب م) جمعية الدعوة الإسلامية العالمية ثلاثون عاماً من العمل الإسلامي والإنساني صفحات من إنجازات الجمعية ، الجماهيرية العظمى / طرابلس : منشورات الجمعية ، 2002 ف .
18. (ب م) صفحات من العمل والدعوة إلى الله ، الجماهيرية العظمى / طرابلس : منشورات الجمعية ، 1990 ف .
19. (ب م) عطاء إسلامي واع ومتواصل جمعية الدعوة العالمية الإسلامية العالمية ، الجماهيرية العظمى / طرابلس ، منشورات الجمعية 1999 ف .
20. بن زير ، رمضان ، العلاقات الدولية في السلم ، الجماهيرية العظمى / مصراته : الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان ، 1989 ف .
21. بيرنيز ، ادوارد وآخرون ، العلاقات العامة فن ، ترجمة حسني خليفة ووديع فلسطين ، مصر / القاهرة : دار المعارف بمصر ، 1967 ف .
22. جربوع ، محمد ، نقد التجربة الإعلامية الإسلامية ، السعودية / الرياض : مكتبة العبيكان ، 2004 ف .
23. الجمال ، راسم وخيرت معوض عياد ، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي ، مصر / القاهرة الدار المصرية اللبنانية ، 2005 ف .
24. * جنسون جيل (مؤلف) جمعة الفطيسي (مترجم) ، العلاقات العامة في المؤسسات الدولية الظهور والتطور ، الولايات المتحدة الأمريكية / واشنطن : مؤسسة فرانكلين للطباعة ، 1994 ف .
25. جودة ، محفوظ ، إدارة العلاقات العامة مفاهيم وممارسات ، المملكة الأردنية الهاشمية / عمان دار زهران للنشر والتوزيع ، 1997 ف .
26. حاتم ، محمد عبد القادر ، الدعوة الإسلامية وأجهزة الإعلام نظرة مستقبلية ، مصر / القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2003 ف .
27. حاتم ، محمد عبد القادر ، الإعلام في القرآن الكريم ، مصر / القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2003 ف .
28. حاتم ، محمد عبد القادر ، العولمة مآلها وما عليها ، مصر / القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2005 ف .
29. حجاب ، محمد منير ، الدعوة الإسلامية التحديات - المواجهة ، مصر / القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع 2004 ف .

* ليس كل الكتاب ترجم ، وإنما إجراء قام بترجمتها الدكتور جمعة الفطيسي أثناء فترة دراسته في بريطانيا 1996 ف .

30. حجاب ، محمد منير ، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر ، مصر / القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع والإعلان 2004 ف .
31. حجاب ، محمد منير ، الإعلام الإسلامي - المبادئ - النظرية - التطبيق . مصر / القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2003 ف .
32. حجاب ، محمد منير ، التفسير الإعلامي لصحيح البخاري ، مصر / القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 1995 ف .
33. حجاب ، محمد منير وسحر محمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، (المدخل الإتصالي) ، مصر / القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 1995 ف .
34. حجاب ، محمد منير وسحر محمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة (المدخل العام ، البيئي ، الإداري ، البحثي) ، مصر / القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 1992 ف .
35. حسين ، سمير محمد ، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ ، مصر / القاهرة : دار الشعب ، 1976 ف .
36. داود ، محمد السيد حسن ، المنظمات الإسلامية الدولية دراسة تقويمية على ضوء منهج الإسلام في وحدة العالم الإسلامي ، مصر / القاهرة : دار النهضة العربية ، 2002 ف .
37. الزميع ، علي فهد ، الإسلام ومستقبل الحوار الحضاري ، قضايا إسلامية ، مصر / القاهرة : سلسلة تصدر عن المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية ، العدد 15 ، 1996 ف .
38. الزناتي ، أنور محمد ، الطريق إلى صدام الحضارات ، مصر / القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، 2006 ف .
39. سذرن . د . و (مؤلف) علي فهمي خثيم وصلاح الدين حسن (تعريب) نظرة الغرب إلى الإسلام في العصور الوسطى ، الجماهيرية العظمى / طرابلس : دار مكتبة الفكر ، 1975 ف .
40. الشنقيطي ، سيد محمد ساداتي ، الإعلام الإسلامي المفهوم والخصائص ، السعودية / الرياض : دار عالم الكتب ، ط2 . 1990 ف .
41. الشيباني ، عمر محمد التومسي ، دراسات في الإدارة التعليمية والتخطيط التربوي ، الجماهيرية العظمى / بنغازي : الهيئة القومية للبحث العلمي ، دار الكتب الوطنية ، 1992 ف .
42. الصادق ، فؤاد ، العلاقات العامة بحث نفسي اجتماعي بنظرة إسلامية ، لبنان / بيروت : دار النهضة العربية ، 1987 ف .
43. الصحن ، محمد فريد ، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق ، مصر / الإسكندرية : الدار الجامعية الحديثة ، 1999 ف .
44. العالم صفوت ، فنون العلاقات العامة ، مصر / القاهرة : دار الهاني للطباعة والنشر ، 2002 ف .
45. عبد الرؤوف ، السيد ، الإعلام والدعوة الإسلامية وتداعيات أحداث 11 سبتمبر ، سلسلة دراسات إسلامية تصدر كل شهر عربي ، العدد 84 ،

46. عبد الرحيم عطا حسن ومحمد متولي عفيفي فن إدارة العلاقات العامة ، مصر / القاهرة : دار الإيمان للطباعة ، 2005 ف .
47. عبد الشكور ، محي الدين ، الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية المبادئ والتطبيق ، أبحاث ووقائع اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الإسلامي السعودية / الرياض : 1976 ف .
48. عبد الحلیم ، محي الدين ، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي ، مصر / القاهرة : دار الفكر العربي ، ب ت .
49. عبد الحلیم ، محي الدين ، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية ، الناشر مكتبة الخانجي ، مصر / القاهرة و دار الرفاعي ، السعودية / الرياض ، ط2 ، 1984 ف .
50. عبد الحلیم ، محي الدين ، الإعلام عن الإسلام في غير ديار الإسلام ، مصر / القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1990 ف .
51. عجوة ، علي وكريمان فريد ، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات ، مصر / القاهرة : عالم الكتب ، 2005 ف .
52. عجوة ، علي ، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، مصر / القاهرة : عالم الكتب ، 2003 ف .
53. عجوة ، علي ، مقدمة في العلاقات العامة ، مصر / القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، 1999 ف .
54. عريبي ، محمد ياسين ، تأملات في بناء المجتمع الإسلامي ، الجماهيرية العظمى / طرابلس : منشورات جمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، ب ت .
55. العقاد ، عباس محمود ، الإسلاميات ، مجموعة الأعمال الكاملة ، لبنان / بيروت : دار الكتاب العربي 1978 ف .
56. العقاد ، عباس محمود ، الإسلام دعوة عالمية ، مصر / القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب طباعة ، الناشر دار النهضة العربية ، 1999 ف .
57. العقاد ، عباس محمود ، الإسلام في القرن العشرين حاضرة ومستقبله ، لبنان / بيروت : دار الكتاب العربي ، ط2 ، 1969 ف .
58. العقاد ، عباس محمود ، الإنسان في القرآن ، لبنان / بيروت : دار الكتاب العربي ، 1969 ف .
59. العقاد ، عباس محمود ، عمر بن العاص ، العبقريات الإسلامية المجلد الرابع ، المجموعة الكاملة ، لبنان / بيروت : دار الكتاب العربي 1974 ف .
60. علام ، وائل ، منظمة المؤتمر الإسلامي دراسة قانونية لنظام ونشاط المنظمة ، مصر / القاهرة : دار النهضة العربية ، 1996 ف .
61. الغزالي ، محمد ، الدعوة الإسلامية تستقبل قرنها الخامس عشر ، مكتبة وهبة ، ط2 ، 1995 ف .

62. غيطاس ، حسن محمد، الدعوة الإسلامية في عهد أمير المؤمنين عمر بن الخطاب ، مصر / القاهرة : الزهراء للإعلام العربي ، 1995 ف .
63. الفاروقي ، إسماعيل راجي ، الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية المبادئ والتطبيق ، أبحاث ووقائع اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الإسلامي ، السعودية / الرياض : 1976 م .
64. كحيل ، عبد الوهاب ، الأسس العنمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي ، مصر / القاهرة : عالم الكتب 1985 ف .
65. الكومي ، سامي عبد العزيز ، الإعجاز القرآني في الإعلام ، مصر / القاهرة : مكتبة السعادة ، 1990 ف .
66. لبيب ، هاني ، الحوار المسيحي الإسلامي رؤية جديدة ، مصر / القاهرة : مكتبة الشروق الدولية ، 2006 ف .
67. مذكور ، مرعي ، الإعلام الإسلامي الطباعي في الدول غير الإسلامية ، مصر / القاهرة : دار المعارف 1985 ف .
68. النجار ، جمال ، استراتيجيات الإعلام الإسلامي دراسات في الإعلام الإسلامي ، مصر / القاهرة : دار السيادة للطباعة ، 1995 ف .
69. ندا ، ايمن منصور ، الاتصال الكوني ، مصر / القاهرة : دار النهضة العربية ، 2005 ف .
70. الهمامي ، عبد الله عامر ، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته ، الجماهيرية العظمى / بنغازي ، منشورات جامعة قاريونين ، 1988 ف .
71. الوفائي ، محمد ، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية ، مصر / القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، 1989 ف .
72. ياسين ، السيد ، الحرب الكونية الثالثة عاصفة 11 سبتمبر والسلام العالمي ، مصر / القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2003 ف .
73. يحي طالب رحومة ، جمعية الدعوة الإسلامية العالمية أهدافها ، ومسيرتها ودورها في نشر الدعوة الإسلامية ، الجماهيرية العظمى / طرابلس : منشورات الجمعية ، 2002 ف .
74. يوسف ، محمود ، العلاقات العامة المعاصرة ، مصر / القاهرة : دار الإيمان للطباعة ، 2008 ف .

الدوريات

المجلات

75. إبراهيم ، محمد معوض ، القنوات الفضائية العربية ودورها في تحسين صورة العرب والمسلمين ، مجلة الدراسات الإعلامية ، دار الكتاب العربي ، مصر / القاهرة : 2003 ف .

76. البول ، جوزيف ، من أجل ثقافة الحوار المتطلبات والسبل ، مجلة التواصل ، العدد الخامس ، السنة الثانية ، ليبيا / طرابلس ، 2005 ف .
77. الجعفراوي ، صلاح الدين ، الحملة الإعلامية الغربية ضد الإسلام والمسلمين وسبل مواجهتها ، مجلة التواصل ، العدد السابع ، السنة الثانية ، ليبيا / طرابلس 2005 ف .
78. الربو ، علي إبراهيم وآخرون ، جمعية الدعوة الإسلامية العالمية والمنظمات الدولية ، مجلة التواصل ، العدد الخامس ، السنة الثانية ، ليبيا / طرابلس ، 2005 ف .
79. الربو ، علي إبراهيم ، لماذا لتعارفوا ، مجلة التواصل العدد 3 السنة الثانية ، ليبيا / طرابلس : 2004 ف .
80. الزفراف ، فوزي ، الحوار الإسلامي المسيحي إلى أين ، مجلة التواصل ، العدد السادس ، السنة الثالثة ، ليبيا / طرابلس ، 2005 ف .
81. طه ، أمال كمال ، صورة العرب في الفكر الغربي ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، جامعة القاهرة ، المجلد الثاني ، العدد الثاني إبريل 2001 ف .
82. عبد الجبار ، سالم ، بين الإسلام والغرب تواصل أم قطيعة ، مجلة التواصل ، العدد السابع ، السنة الثانية ، ليبيا / طرابلس ، 2006 ف .
83. فروجا ، عبد الرحمن ، مالطا جزيرة الشمس والبحر ، مجلة التواصل ، العدد الثالث عشر ، السنة الرابعة ، ليبيا / طرابلس ، 2007 ف .
84. نصر ، الصديق بشير ، الإسلام فوبيا الجذور التاريخية ، مجلة التواصل ، العدد الرابع ، السنة الأولى ، ليبيا / طرابلس ، 2004 ف .
85. نصر ، الصديق بشير ، تدنيس القرآن الكريم ، مجلة التواصل ، العدد الثامن ، السنة الثانية ، ليبيا / طرابلس ، 2005 ف .

الصحف

86. السايح ، أحمد عبد الرحيم ، الخطاب الإسلامي المعاصر ، صحيفة الدعوة الإسلامية . العدد 967 ليبيا / طرابلس ، 2005 ف .
87. شيتو ، علاوي عبد الرحمن ، وسائل الإعلام والخطاب الدعوي المعاصر ، صحيفة الدعوة الإسلامية ، العدد 1017 ، ليبيا / طرابلس ، 2006 ف .

الرسائل العلمية :

88. عبد المعطي ، رزق سعد ، دور العلاقات العامة في المصارف الإسلامية دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الأزهر ، كلية اللغة العربية : 1989 ف .

89. عبد الموجود ، جابر محمد ، العلاقات العامة في المؤسسات الإسلامية بمصر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية اللغة العربية ، جامعة القاهرة : 1987 ف .

90. عبده ، محمود يوسف مصطفى ، أصول العلاقات العامة في الدعوة الإسلامية ، دراسة تحليلية لأساليب ممارسة العلاقات العامة بالمفهوم العلمي الحديث في نشر الدعوة الإسلامية منذ بعثة النبي صلى الله عليه وسلم حتى وفاته ، رسالة ماجستير غير منشور ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة : 1983 ف .

91. قناديلو ، عبد الله رمزي ، وسائل الإعلام الحديثة وتأثيرها في حركة الدعوة الإسلامية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الدعوة الإسلامية ، الجماهيرية العظمى / طرابلس ، جمعية الدعوة الإسلامية العالمية . (ب ، ت) .

92. لو ، أحمد مختار ، الخطاب الدعوى المعاصر في المنظومة الإعلامية بين معطياته ومشكلاته ، رسالة ماجستير ، كلية الدعوة الإسلامية ، جمعية الدعوة الإسلامية العالمية الجماهيرية العظمى / طرابلس : (ب ، ت) .

93. منصور ، البهلول علي ، الإعلام الإسلامي والعولمة دراسة وصيفية تحليلية ، جامعة السابع من ابريل ، مركز البحوث والدراسات العليا : (ب ت) .

شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)

94. أبو هنية ، حسن ، التعددية القيمية وصدام الحضارات ، (2005 ف) .
www . al ghad - Jonews

95. براو ، محمد ، نقد نموذج صدام الحضارات ، (2002 ف)
www . islamonline . net

96. البغدادي ، احمد ، صدام الحضارات هل بدأ ؟ (ب - ت)
www . hirgalgate . com

97. التركي ، عبد الله بن عبد المحسن ، النظام العالمي الجديد ودور الإعلام في عرض صورة الإسلام (2005) .
www . 4news myslims . org

98. التلاوي ، ندى أبوكويك ، تجارب حية في تقييم البرامج المجتمعية (2006)
www . pcc- jer . org

99. الجابري ، فواز ، فيما يسمى صدام الحضارات ، (2006) ف
www . free moslem . com

100. الزبيدي ، محمد فتح الله ، التعارف من منظور قرآني رؤية قرآنية (2005 ف)

www . taarafu . com

101. السماري ، إبراهيم بن عبد الله ، العلاقات العامة (2001)

www . alJazirah . com

102. الشريف ، محمد أحمد ، إما أن نتحاور أو يتجاوزنا الزمن ، (2005) ف .

www . taarafu . islam online . net

103. الشحومي ، محمد محمد ، قواعد إنسانية للحوار ، (2005) ف

www . taarafu . islam online . net

104. عجبك ، الشيخ بسام ، التعرف سبيل لتجنب الصراع الحضاري ، (2005) ف

www . taarafu . islam online . net

105. غازي ، عمر ، التعرف في المفهوم الإسلامي ، (2005) ف

www . taarafu . islam online . net

106. قرقر ، مجدي ، التدافع الحضاري بدلا من الصراع ، (2007) .

www . pomstakb aliat . com

107. كحيل ، عبد الوهاب ، مقارنة بين العلاقات العامة الحديثة والعلاقات العامة الإسلامية .

(2000)

www . balagh . net .

108. لطيفي ، عادل ، من عوائق الفهم الإسلامي للغرب ، (2006) ف

www . islamint newest . net

القبائل

109. البوزيدي ، احمد (رئيس قسم العلاقات العامة بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية طرابلس) . يوم

الأحد ، الساعة 10:00 صباحاً . 16 من شهر سبتمبر 2007 ف .

110. الجيلاني ، محمد نصر (أمين مكتب البحوث والإعلام والنشر بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية

بطرابلس) . يوم الثلاثاء 11:00 صباحاً ، 25 من شهر سبتمبر 2007 ف .

111. حريبة ، عمار (أمين مكتب الدعوة والمراكز الإسلامية بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية

بطرابلس) يوم الأربعاء الساعة 12:00 ظهراً 26 من شهر سبتمبر 2007 ف .

112. النوري ، احمد (داعية المركز الإسلامي المختص باللادنين الأفارقة إلى مالطا) . باولا ، سالطا

يوم السبت ، الساعة 4,20 مساءً 27 - 10 - 2007 ف :

113. الربو ، إبراهيم علي (أمين مكتب المؤتمرات والهيئات الدولية والإغاثة بجمعية الدعوة الإسلامية

العالمية بطرابلس) يوم الثلاثاء الساعة 12,20 ظهراً 18 - 9 - 2007 ف .

114. ربح ، محمود (أمين مكتب الشؤون العامة بجمعية الدعوة الإسلامية بطرابلس) يوم الاثنين الساعة 1:00 ظهراً يوم 17 ، (9) 2007 ف .
115. السعدي ، محمد (داعية وإمام وخطيب مسجد المركز الإسلامي مالطا) . باولا / مالطا يوم الاثنين الساعة 10,55 صباحاً 2007 / 10 / 29 ف .
116. شيلبا ، قدوين (ضباط وحدة العلاقات العامة بالمركز الإسلامي مالطا) . باولا / مالطا يوم الثلاثاء ، الساعة صباحاً 2007 / 10 / 30 ف .
117. فروجا ، عبد الرحمن (داعية المركز الإسلامي المختص بدعوة غير المسلمين من المالطيين) يوم الأحد ، الساعة 6:00 مساءً ، باولا / مالطا 2007 / 10 / 28 ف .
118. مازيا ، كاميلي (مديرة مدرسة مريم البتول بالمركز الإسلامي) باولا / مالطا . يوم الأربعاء الساعة 9:00 صباحاً 2007 / 10 / 31 ف .
119. نشوش ، وجدي (أمين فرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية بجمهورية مالطا) باولا . يوم الخميس الساعة 11:18 صباحاً ، 2007 / 10 / 25 ف .



السلا حقا

**نص قانون رقم (58) لسنة 1972 إفرنجي
بإنشاء هيئة ذات نفع عام باسم
(جمعية الدَّعوة الإسلاميَّة)**

باسم الشعب

مجلس قيادة الثورة

بعد الاطلاع على الإعلان الدستوري الصادر في 2 شوال 1389هـ الموافق
11 الكانون (ديسمبر) 1969 إفرنجي وعلى القانون رقم 58 لسنة 1971 إفرنجي
بإنشاء هيئة عامة للدعوة الإسلامية.

وبناء على ما عرضه رئيس مجلس الوزراء وموافقة رأي المجلس
المذكور.

أصدر القانون الآتي :

المادة الأولى -

تنشأ هيئة خاصة ذات نفع عام (جمعية الدَّعوة الإسلاميَّة).

المادة الثانية -

يكون للجمعية شخصية اعتبارية مستقلة، ويعتمد نظامها الأساسي المرافق
لهذا القانون.

المادة الثالثة -

تؤول إلى الجمعية جميع الأموال الحالية للهيئة العامة للدعوة الإسلامية وما يكون مخصصاً لها من أموال وتحل الجمعية محلها في جميع حقوقها والتزاماتها.

المادة الرابعة -

تعفى الجمعية من جميع الضرائب والرسوم، وتكون أموالها حرة من جميع قيود النقد المصرفية، ولا يجوز الحجز على أموالها أو تملكها بالتقادم أو كسب أي حق عيني عليها، وتخضع حساباتها لمراجعة ديوان المحاسبة.

المادة الخامسة -

للجمعية في سبيل تحقيق أغراضها أن تتعاون مع الجمعيات والهيئات والمؤسسات الأخرى وغيرها من الهيئات والمنظمات التي تسعى إلى تحقيق ذات الأغراض التي أنشئت من أجلها، أو تقوم بنشاط يتعلّق بهذه الأغراض في أي مكان من البلاد الإسلامية أو خارجها، وذلك بالتنسيق بين عمل الجمعية وعمل الجهات المشار إليها.

المادة السادسة -

يعمل بهذا القانون من تاريخ صدوره وينشر في الجريدة الرسمية، ويلغى كل نص مخالف لأحكامه.

مجلس قيادة الثورة

صدر في: 29/ ربيع الأول 1392هـ

الموافق: 13/ من شهر الماء (مايو) 1972 إفرنجي.

قانون رقم 59 لسنة 1972 إفرنجي بشأن صندوق الجهاد

باسم الشعب،

مجلس قيادة الثورة . . .

بعد الاطلاع على الإعلان الدستوري الصادر في 2 شوال 1389هـ الموافق
11 ديسمبر 1969 إفرنجي .

وعلى قرار مجلس قيادة الثورة الصادر في 2 ذي القعدة 1389هـ الموافق 10
يناير 1970 إفرنجي بإنشاء صندوق الجهاد .

وعلى القانون رقم 58 لسنة 1972 إفرنجي بإنشاء هيئة خاصة ذات نفع عام
باسم «جمعية الدعوة الإسلامية» .

وبناء على ما عرضه رئيس مجلس الوزراء وموافقة رأي المجلس
المذكور .

أصدر القانون الآتي :

مادة (1)

يعاد تنظيم صندوق الجهاد على النحو الوارد في هذا القانون .

مادة (2)

يكون للصندوق شخصية اعتبارية مستقلة، ويلحق بجمعية الدعوة الإسلامية، ويكون المقر الرئيسي له مدينة طرابلس، ويجوز أن تكون له فروع في البلاد الأخرى كلما اقتضت الحاجة ذلك.

مادة (3)

يهدف الصندوق إلى دعم استعداد العالم الإسلامي في جهاده ضد القوى الاستعمارية وتمكينه من الحفاظ على كيانه واستقلاله وإسلامه، كما يهدف إلى تقديم المساعدات النقدية والعينية إلى أسر الشهداء والجرحى وضحايا العدوان الاستعماري من أبناء الأمة الإسلامية، وكذلك المساهمة في بناء ودعم المنشآت التي تخدم الدعوة الإسلامية وشؤون المسلمين.

مادة (4)

للصندوق في سبيل تحقيق أغراضه أن يتعاون مع الجهات والمنظمات والجمعيات والهيئات والمؤسسات الأخرى التي تسعى إلى تحقيق ذات الأغراض التي يقوم عليها أو تمارس نشاطاً يتصل أو يتعلّق بها سواء كانت داخل الجمهورية العربية الليبية أو خارجها، وذلك بما يحقق التنسيق بين عمل الصندوق وما تؤديه تلك الجهات من أعمال.

مادة (5)

يتولى إدارة الصندوق لجنة تشكل بقرار من مجلس إدارة جمعية الدعوة الإسلامية على النحو الآتي:

- أ - رئيس متفرغ، يكون له نشاط ملحوظ يتصل بأغراض الصندوق.
- ب - أربعة أعضاء على الأقل ممن تتوافر لديهم الخبرة والكفاءة اللازمة لتحقيق أهداف الصندوق.

مادة (6)

تختص لجنة الصندوق برسم سياسته العامة التي يسير عليها، والعمل على تحقيق الأغراض التي أنتهى من أجلها، وإدارة شؤون الصندوق وتصريف أموره، وبصفة خاصة:

- 1 - تهيئة الدعم المالي اللازم لنضال الأمة الإسلامية ضد القوى الاستعمارية.
- 2 - الموافقة على إنشاء فروع الصندوق.
- 3 - تقرير المعونات والمساعدات النقدية والعينية في الأوجه المنصوص عليها في المادة (3)

وذلك وفقاً للقواعد التي تحددها لائحة تصدر في هذا الشأن بقرار من اللجنة.

- 4 - تحديد أوجه استثمار موارد الصندوق بما يكفل تنميتها وزيادتها.
- 5 - الموافقة على مشروع ميزانية الصندوق وحسابه الختامي.
- 6 - وضع اللوائح المنظمة للشؤون المالية والإدارية للصندوق وسير العمل به واللوائح المنظمة لشؤون العاملين فيه.
- 7 - دراسة التقارير التي تقدم من فروع الصندوق بشأن نشاطه وتقييم ومتابعة أعمال هذه الفروع وإصدار التعليمات اللازمة لها.
- 8 - قبول التبرعات والهبات والوصايا والأوقاف التي تتفق وأغراض الصندوق.

مادة (7)

تتعقد لجنة الصندوق بدعوة من رئيسها، ولا يكون اجتماعها صحيحاً إلا إذا حضره أغلبية أعضائها، وتصدر القرارات بأغلبية أصوات الحاضرين وعند التساوي يرجح الجانب الذي منه الرئيس وللجنة أن تدعو لحضور جلساتها من

ترى الاستعانة بخبراتهم أو معلوماتهم في المسائل المعروضة دون أن يكون لهم حق التصويت .

مادة (8)

يمثل رئيس اللجنة الصندوق أمام القضاء وفي علاقاته مع الغير، وإذا تغيب الرئيس أو قام مانع به فيقوم مقامه من تختاره اللجنة .

مادة (9)

يتولى رئيس اللجنة تنفيذ قراراتها والإشراف على أعمال الصندوق والعاملين به، وتحضير الميزانية والحساب الختامي وإعداد جدول أعمال اللجنة وإصدار أوامر الصرف في الحدود التي تبينها اللوائح .

مادة (10)

للجنة الصندوق أن تفوض رئيسها أو عضواً أو أكثر من أعضائها في مباشرة بعض اختصاصاتها كما يجوز لها أن تعهد بمهمة معينة إلى غير أعضائها .
ولرئيس لجنة الصندوق بعد موافقة اللجنة أن يفوض غيره من أعضائها أو العاملين في الصندوق في مباشرة بعض اختصاصاته أو المهام المسندة إليه .

مادة (11)

تتكون أموال الصندوق من :

- أ - ما تخصصه له الدولة في ميزانيتها العامة سنوياً .
- ب - ما تخصصه له البلاد الإسلامية .
- ج - حصيلة الضرائب والرسوم التي تفرض لصالح الصندوق .
- د - التبرعات والهبات والوصايا وريع الأوقاف الصادرة من الأفراد والهيئات .
- هـ - الناتج من استثمار أموال الصندوق .

مادة (12)

تبدأ السنة المالية للصندوق ببداية السنة الهجرية وتنتهي بانتهائها.
وتنتهي السنة المالية الحالية للصندوق بانتهاء السنة الهجرية الجارية.

مادة (13)

يكون للصندوق ميزانية مستقلة تعد قبل بداية سنته المالية بثلاثة أشهر على الأقل.

ولا يؤول فائض ميزانية الصندوق إلى الخزنة العامة للدولة.
ويعد الحساب الختامي خلال ثلاثة أشهر من تاريخ انتهاء السنة المالية.
وتعرض الميزانية والحساب الختامي على ديوان المحاسبة لاعتمادها.

مادة (14)

تودع أموال الصندوق في المصرف الذي تحدده لجنة إدارة الصندوق.

مادة (15)

يتولى ديوان المحاسبة مراجعة حسابات الصندوق، كما يتولى إعداد تقرير يتضمن ملاحظاته ويبلغ ذلك إلى لجنة الصندوق.

مادة (16)

يعفى الصندوق من جميع الضرائب والرسوم التي تستحق بمناسبة نشاطه أو على استثمار أمواله وتكون أمواله حرة من جميع قيود النقد المالية والمصرفية ولا يجوز الحجز على أمواله أو تملكها بالتقادم أو كسب أي حق عيني عليها.

مادة (17)

يلغى القرار الصادر في 2 ذي القعدة 1389هـ الموافق أي 10 «يناير» 1970
إفريقي بإنشاء صندوق للجهاد ويستمر العمل بجميع اللوائح والقرارات التي

صدرت تنفيذاً له وذلك بالقدر الذي لا يتعارض مع أحكام هذا القانون .

مادة (18)

يعمل بهذا القانون من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية .

مجلس قيادة الثورة

صدر في 29 ربيع الأول 1392هـ .

الموافق 13 مايو 1972 إنجليزي .

قانون رقم 46 لسنة 1974 إفرنجي بتعديل
بعض أحكام القانون رقم 59
لسنة 1972 إفرنجي بشأن صندوق الجهاد

باسم الشعب،

مجلس قيادة الثورة.

بعد الاطلاع على الإعلان الدستوري.

وعلى القانون رقم 58 لسنة 1972 إفرنجي بإنشاء هيئة خاصة ذات نفع عام
باسم جمعية الدعوة الإسلامية.

وعلى القانون رقم 59 لسنة 1972 إفرنجي بشأن صندوق الجهاد.

وبناء على ما عرضه رئيس مجلس الوزراء وموافقة رأي هذا المجلس.

أصدر القانون الآتي:

(المادة الأولى)

يستبدل بنص المادة (5) من القانون رقم 59 لسنة 1972 إفرنجي المشار إليه

النص الآتي:

يتولى إدارة الصندوق وتصريف شؤونه مجلس إدارة جمعية الدعوة
الإسلامية وتطبق في شأنه الشروط المتطلبية لصحة اجتماعاته وإصدار قراراته
الأحكام المنصوص عليها في النظام الأساسي للجمعية.

(المادة الثانية)

يستبدل بعبارتي (لجنة الصندوق) و(رئيس اللجنة) أينما وردتا في القانون رقم 59 لسنة 1972 إفرنجي المشار إليه واللوائح الصادرة بمقتضاه، عبارتا (مجلس الإدارة) و(رئيس مجلس الإدارة).

(المادة الثالثة)

يلغى كل حكم يخالف أحكام هذا القانون.

(المادة الرابعة)

يعمل بهذا القانون من تاريخ صدره وينشر في الجريدة الرسمية.
مجلس قيادة الثورة

صدر في: 5 من شعبان 1394هـ.

الموافق: 23 أغسطس 1974 إفرنجي.

الجمهورية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى



جامعة التحدي

كلية الآداب والتربية

الدراسات العليا

قسم الإعلام

استمارة استبيان (مقابلة) موجهة إلى مسؤول العلاقات العامة بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية بطرابلس ليبيا.

عن دراسة بعنوان :

تقييم دور العلاقات العامة في جمعية الدعوة الإسلامية العالمية وفرعها بجمهورية مالطا
دراسة ميدانية .

2007 - 2008 مسيحي

إعداد الطالب :

حمد علي مفتاح الجروشي

إشراف :

د - جمعه محمد الفطيسي

أخي الفاضل :

يسعدنا أن نقدم إليك صحيفة الاستبيان هذه ، التي تتضمن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بنشاط العلاقات العامة بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، لذا نأمل منك مساعدتنا بتزويدنا بالمعلومات الصحيحة والدقيقة عند الإجابة عليها ، شاكرين حسن تعاونك معنا ، مع العلم بأن إجابات هذه الاستمارة تحظى بالسرية التامة ولا تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي .

الباحث

1. ماهو مفهومك للعلاقات العامة من وجهة نظركم ؟ هل هي ؟

فن مساندة الناس ومجاورتهم .

هي فن الحصول على رضا الجمهور وثقته وتأييده عن طريق الاتصال الفعال .

هي مجهود لخلق تكامل بين اتجاهات وتصرفات جمهورها .

فلسفة الإدارة ووظيفتها معبرا عنها بالسياسات والأعمال التي تخدم مصالح الجمهور .

الجهود الإدارية المرسومة المستمرة والمبدولة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين منظمة وجمهورها

أخرى تذكر .

كل الخيارات السابقة .

2. أذكر الأنشطة التي تمارسها بقسم العلاقات العامة في الجمعية ؟

3. هل يرتبط تسم العلاقات بأي علاقة مباشرة مع الجمعية ؟

لا

نعم

4. إذا كانت الإجابة بنعم ، فهل يقدم ب :

المشاركة في اتخاذ القرارات العامة المتعلقة بنشاط الجمعية .

تقديم الاستشارة الفنية في كيفية التعامل مع الجمهور .

المساعدة في مواجهة الأزمات التي قد تعترض مسيرة الجمعية .

أخرى تذكر

5. أي من الأهرات الآتية يسمى تسم العلاقات العامة إلى تحقيقها ؟

كسب تأييد الجمهور الداخلي (العاملين بالجمعية) .

كسب تأييد الجمهور الخارجي والمتردددين على المراكز التابعة للجمعية .

ربط الجمعية بالمجتمع المحلي .

زيادة روابط الثقة والصداقة بين الجمعية والمنظمات الأخرى .

تحقيق صورة ذهنية طيبة عن الجمعية .

العمل على معرفة رغبات وغايات الجمهور الخارجي للجمعية .

تقوية الصلة وحسن التعامل بين المكاتب والأقسام داخل الجمعية .

العمل على نشر الدعوة الإسلامية بكل الوسائل والإمكانيات المتاحة .

أخرى تذكر .

لا شيء مما ذكر .

6. في رأيك ، ما هي الوظائف الأساسية التي يجب أن يقدم بها قسم العلاقات العامة ؟

- إعداد الكتيبات والنشرات والمطبوعات بالجمعية .
 إمداد العاملين بالمعلومات الكاملة عن الجمعية .
 إعداد دورات تنشيطية للعاملين بالجمعية عن كيفية التعامل مع الجمهور الخارجي .
 الإشراف على إعداد الهدايا والمنح التي تقدمها الجمعية للسيدات الجدد إلى الإسلام .
 شرح سياسة إدارة الجمعية وتوضيحها للعاملين والدعاة .
 أخرى تذكر

7. هل يقدم قسم العلاقات العامة بالشاركة في التخطيط للأنشطة ؟

- نعم لا

8. (إذا كانت الإجابة بنعم ، من الذي يتولى وضع الخطة ؟

- مجلس إدارة الجمعية قسم العلاقات العامة
 قسم آخر يذكر

9. هل يقوم قسم العلاقات العامة بإجراء بحوث تتعلق بالأنشطة التي يمارسها ؟

- نعم لا

10. (إذا كانت إجابتك بنعم ، ما مجالات هذه البحوث ومنظ استخدامها ؟

- التعرف على اتجاهات الجمهور الخارجي

- دائما نادرا لا تستخدم بالمرّة

- التعرف على اتجاهات العاملين بالجمعية والدعاة

- دائما نادرا لا تستخدم بالمرّة

- اكتشاف نقاط الضعف والمشاكل قبل انتشارها

- دائما نادرا لا تستخدم بالمرّة

- توفير المعلومات التي تخدم الجمعية

- دائما نادرا لا تستخدم بالمرّة

- مجالات أخرى تذكر

11. (إذا كنت إجابتك بلا ، لماذا لا يتم إجراء البحوث هل يرجع ذلك إلى : (سئس اختيار أكثر من إجابة)

افتقار القسم لباحثين مختصين .

- نشاط العلاقات العامة لا يحتاج إلى بحوث ودراسات .

- المخصصات المالية لا تكفي .

عدم اقتناع مجلس إدارة الجمعية بجدوى البحوث والدراسات

الضغط اليومي لا يسمح بإجرائها .

..... أسباب أخرى تذكر

12. رتب رسائل الاتصال حسب ورجة استخدامها بقسم العلاقات العامة بالجمعية ؟

الصحف الإذاعة المسموعة والمرئية

الكتيبات مجلة وصحيفة الجمعية

البريد المباشر النشرات

شبكة المعلومات الدولية المؤتمرات والندوات

..... أخرى تذكر

13. هل تتوفر قسم العلاقات العامة للوحدات والفرق كالتاليات اللازمة للقيام بعمله ؟

نعم إلى حد ما لا

14. إذا كانت إجابتك بنعم ، فما هي تلك الوسائل ؟

وسائل نقل وسائل اتصالات

معدات للطبع آلات تصوير ونشر

..... أخرى تذكر

15. هل هناك مذائب وأقسام أخرى في الجمعية تقوم بأعمال تعتبر من صميم عمل العلاقات العامة ؟

نعم لا

16. في حالة الإجابة بنعم ، فما تلك الأقسام والمكاتب ؟

مجلس إدارة الجمعية مكتب البحوث والإعلام والنشر

مكتب الدعوة والمراكز الإسلامية مكتب المؤتمرات والهيئات الدولية

مكتب المعلومات والمتابعة مكتب الشؤون العامة

..... أخرى تذكر

17. هل توجد ميزانية خاصة بقسم العلاقات العامة ؟

نعم لا

18. إذا كانت الإجابة بنعم ، فإن أي مرتكون هذه الميزانية كانية ؟

كافية كافية إلى حد ما غير كافية

19. (إذا كانت إجابتك بـ لا: نهل عدم تخصيص ميزانية للعلاقات العامة راجع ربما في؟ : (يمكن اختبار أكثر من إجابة)

عدم اقتناع مجلس إدارة الجمعية بأهميتها .

ضعف الموارد المالية للجمعية .

عدم اهتمام القائمين بأعمال العلاقات العامة على تحديد ميزانية .

ضعف نور العلاقات العامة مما يقلل من تخصيص ميزانية لها .

أخرى تذكر

20. هل يقدم تم العلاقات العامة بتقييم الأنشطة التي يمارسها؟

نعم لا حسب الظروف

21. في حالة الإجابة بنعم ، ما هي الطرق (المتبعة في التقييم ؟ (يمكن اختبار أكثر من إجابة)

التقارير الدورية ومتابعة الأنشطة .

دراسة الصورة الذهنية عن الجمعية لدى جمهورها .

المقارنة بين الأهداف مسبقاً والإنجاز الفعلي .

تحليل الشكاوى والنقد

قياس أداء العاملين بالقسم .

المقارنة بالأعوام السابقة .

أخرى تذكر

23. في رأيك هل هناك صعوبات تواجه العمل بقسم العلاقات العامة بالجمعية ؟

نعم لا

24. (إذا كانت الإجابة بنعم ، فما هي هذه الصعوبات ؟

عدم اقتناع مجلس إدارة الجمعية بعمل العلاقات العامة .

قلة الإمكانيات المادية المتاحة لها .

عدم وجود الكوادر البشرية العلمية المتخصصة .

عدم الاهتمام بتدريب العاملين بالعلاقات العامة على الأساليب الحديثة اللازمة لأداء العمل .

صعوبات أخرى تذكر

25. ما هي أهم المقترحات لمواجهة هذه الصعوبات ؟

توفير الكوادر المتخصصة والمؤهلة علمياً في المجالات المعقدة للعلاقات العامة .

توفير وسائل الاتصالات المختلفة لتحقيق السرعة المطلوبة في انجاز العمل .

توفير الميزانية الكافية .

مقترحات أخرى تذكر

26 . نيسا يلي بعض العبارات ، ارجاء توضيح ورجة موثقتك على كل عبارة ، في ضوء (الدواع الفعلي للعلقات العامة بالجمعية : وذلك بأنها) .:

- وظيفة أساسية للجمعية لا غنى عنها .

موافق إلى حد ما غير موافق

- تسعى إلى تنمية روح التفاهم بين العاملين ومجلس إدارة الجمعية .

موافق إلى حد ما غير موافق

- تعمل على ربط الجمعية بالمجتمع المحلي والمنظمات الأخرى

موافق إلى حد ما غير موافق

- تساهم في رسم صورة ذهنية طيبة عن الجمعية .

موافق إلى حد ما غير موافق

- في خدمة رجال الإدارة العليا فقط

موافق إلى حد ما غير موافق

- يبدأ نجاحها من نجاحها الداخلي أساساً

موافق إلى حد ما غير موافق

27 - هل لديك أي إضافات أخرى تدرو فكرها ؟ :

.....

الجمهورية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى



جامعة التحدي

كلية الآداب والتربية

الدراسات العليا

قسم الإعلام

استمارة استبيان (مقابلة) موجهة إلى مسؤول العلاقات العامة بفرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية بجمهورية مالطا (المركز الإسلامي).

عن دراسة بعنوان :

تقييم دور العلاقات العامة في جمعية الدعوة الإسلامية العالمية وفرعها بجمهورية مالطا
دراسة ميدانية .

2007 - 2008 مسيحي

إعداد الطالب :

حمد علي مفتاح الجروشي

إشراف :

د - جمعه محمد الفطيسي

أخي الفاضل :

يسعدنا أن نقدم إليك صحيفة الاستبيان هذه ، التي تتضمن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بنشاط العلاقات العامة بفرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، لذا نأمل منك مساعدتنا بتزويدنا بالمعلومات الصحيحة والدقيقة عند الإجابة عليها ، شاكرين حسن تعاونك معنا ، مع العلم بأن إجابات هذه الاستمارة تحظى بالسرية التامة ولا تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي .

الباحث

1. ما مفيدك للعلاقات العامة من وجهة نظركم؟

.....
.....
.....

2. تؤثر الأنشطة التي تمارسها جهاز العلاقات العامة بالمركز؟

.....
.....

3. أي من الأهداف الآتية يسعى جهاز العلاقات العامة إلى تحقيقها؟

- كسب تأييد الجمهور الخارجي للمركز .
 ربط المركز بالمجتمع المحلي .
 زيادة روابط الثقة بين المركز والمنظمات والجهات العامة الأخرى .
 تحقيق صورة ذهنية طيبة عن المركز
 العمل على نشر الدعوة الإسلامية بكل الوسائل والإمكانيات المتاحة .
 أخرى لا تذكر

لا شيء مما ذكر

4. هل يقدم جهاز العلاقات العامة بالشارقة في التخطيط للأنشطة؟

- نعم لا

5. إذا كانت الإجابة بنعم ، من يتولى وضع الخط؟

إدارة المركز جهاز العلاقات العامة

جهة أخرى تذكر

6. هل يقدم جهاز العلاقات العامة بإجراء بحوث تتعلق بالأنشطة التي يمارسها؟

- نعم لا

7. إذا كانت إجابتك بنعم ، ما سمائك هذه البحوث ومنم استخدمها؟

- التعرف على اتجاهات الجمهور الخارجي

دائماً نادراً لا تستخدم بالمرّة

- اكتشاف نقاط الضعف والمشاكل قبل انتشارها

دائماً نادراً لا تستخدم بالمرّة

- توفير المعلومات التي تخدم المركز

دائماً نادراً لا تستخدم بالمرّة

..... مجالات أخرى تذكر

8. (إذا كانت إجابتك بلا ، فأولاً ما يتم إجراء البحوث هل يرجع ذلك إلى « يمكن اختيار أكثر من إجابة »)

الإفتقار لباحثين متخصصين .

نشاط العلاقات العامة لا يحتاج إلى بحوث ودراسات .

المخصصات المالية لا تكفي .

عدم اقتناع الإدارة بجدوى البحوث والدراسات .

الضغط اليومي لا يسمح بإجرائها .

أسباب أخرى تذكر .

9. رتب وسائل الاتصال حسب درجة استخدامها بمهاز العلاقات بالمركز .

الصحف الإذاعة المسموعة والسرئية

الكتيبات مجلة وصحيفة الجمعية

الإعلانات الحائطية النشرات

البريد المباشر المؤتمرات والندوات

شبكة المعلومات الدولية الهاتف

..... أخرى تذكر

10. هل تتدور بهيئة العلاقات العامة (شؤونك والتمثليات) للخدمة للقيام بسبله ؟

نعم إلى حد ما لا

11. (إذا كانت إجابتك بنعم ، فما هي تلك الوسائل ؟)

وسائل النقل وسائل الاتصالات

معدات للطبع آلات التصوير والنشر

12. هل توجد ميزانية خاصة بهيئة العلاقات العامة ؟

نعم لا

13. (إذا كانت إجابتك بنعم ، فأي حد تكون هذه الميزانية كافية ؟)

كافية كافية جداً غير كافية

14. (إذا كانت إجابتك بلا ، فهل عدم تخصيص ميزانية للعلاقات العامة يرجع ربما إلى « يمكن اختيار أكثر من إجابة »).

عدم اقتناع إدارة المركز بتحديد ميزانية للعلاقات العامة .

ضعف الموارد المالية للمركز .

ضعف دور العلاقات العامة مما يقلل من تخصيص ميزانية لها .

أخرى تذكر

15. هل يقوم جهاز العلاقات العامة بتقييم الأنشطة التي يمارسها ؟

نعم لا حسب الظروف

16. في حالة الإجابة بنعم ، ما هي الطرق المتبعة في التقييم ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة) .

التقارير الدورية ومتابعة الأنشطة .

دراسة الصورة الذهنية عن المركز لدى الجماهير المسلمة وغير المسلمة .

المقارنة بين الأهداف مسبقاً والإنجاز العلمي .

تحليل الشكاوي والنقد .

المقارنة بالاعوام السابقة .

أخرى تذكر .

17. في حالة الإجابة بلا ، ما هي أسباب عدم القيام بعملية التقييم في رأيك ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة) .

أهداف العلاقات العامة غير مباشرة ويصعب قياسها .

عدم وجود متخصصين قادرين على إجراء عملية التقييم

لا يمكن قياس الإنجاز كمياً .

أخرى تذكر

18. في رأيك هل هناك صعوبات تواجه جهاز العلاقات العامة بالمركز ؟

نعم لا

19. (إذا كنت الإجابة بنعم ، ما هي هذه الصعوبات) .

عدم اقتناع إدارة المركز بعمل العلاقات العامة .

قلة الإمكانيات المادية المتاحة

عدم وجود الكوادر البشرية العلمية المتخصصة .

صعوبات أخرى تذكر

20. ما هي أهم المقترحات لمواجهة هذه الصعوبات ؟

توفير الكوادر المتخصصة والمؤهلة علمياً .

توفير وسائل الاتصالات المختلفة لتحقيق السرعة المطلوبة وتنفيذ العمل .

توفير الميزانية الكافية .

□ مقترحات أخرى تذكر .

21. هل لديك أي إضافات أخرى تتودد ذكرها ؟

.....

.....

الجمهورية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى



جامعة التحدي

كلية الآداب والتربية

الدراسات العليا

قسم الإعلام

استمارة استبيان موجهة إلى عينة من الجمهور الداخلي (العاملون) بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية

عن دراسة بعنوان :

تقييم دور العلاقات العامة في جمعية الدعوة الإسلامية العالمية وفرعها بجمهورية مالطا
دراسة ميدانية .

2007 - 2008 مسيحي

إعداد الطالب :

حمد علي مفتاح الجروشي

إشراف :

د . جمعة محمد الفطيسي

الإخوة الأفاضل :

بعد التحية ...

يسعدنا أن نقدم إليك صحيفة الاستبيان هذه ، التي تتضمن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بنشاط العلاقات العامة بجمعية الدعوة الإسلامية العالمية ، لذا نأمل منك مساعدتنا بتزويدنا بالمعلومات الصحيحة والدقيقة عند الإجابة عليها ، شاكرين حسن تعاونك معنا ، مع العلم بأن إجابات هذه الاستمارة تحظى بالسرية التامة ولا تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي .

الباحث

1. هل تعلم بوجود قسم للعلاقات العامة بالجمعية ؟

نعم لا

2. هل ترتبط وظيفتك بإحدى وظائف قسم العلاقات العامة ؟

نعم لا

3. ما هو انطباعتك على وظيفة العلاقات العامة ؟

انطباعت إيجابي انطباعت سلبي لا أستطيع ان احدد

4. هل هناك أعمال سريرة تقسم العلاقات العامة يقوم بها ؟

نعم لا

5. (إزالة) كانت إجابتك بنعم ، فما هي تلك الأعمال ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

استقبال الوفود وتسهيل الاعمال المتعلقة بهم .

المشاركة في المناسبات الدينية والاجتماعية .

العمل على نشر الدعوة الاسلامية بكل الوسائل .

العمل على خلق صورة ذهنية طيبة عن الجمعية .

التنسيق مع الجهات العامة .

أخرى تذكر

6. فيما يلي عدة وسائل اتصال ترستغرمها قسم العلاقات العامة ليرفم لتزويد العاملين بالبيانات والعلومات ، الرجاء ترتيب هذه

الوسائل ، حسب ورجة أستغرمها ، معطياً رقم (1) لأكثرها أستغرمها و رقم (2) للأهمية الثانية وهكذا .

لوحة الاعلانات

النشرات والتقارير الدورية

الاتصالات الهاتفية

الخطابات الشخصية

اتصالاتك الشخصي برئيسك المباشر

الاجتماعات

المجلات والصحف

المراسلات البريدية

موقع الجمعية على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)

أخرى تذكر

7. ما للأسس والأدوات التي يستغرمها تسم العلاقات العامة للأداء خدماته؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة) .

- التخطيط العلمي والدقيق في وضع أساليب أداء العمل .
- التنظيم المدروس حول نوعية الأعمال المقدمة .
- التنسيق في عرض الأعمال حسب الأهمية .
- التقييم المستمر للأعمال التي تم القيام بها .
- الإدارة المشرفة على وضع الاسس والمبادئ التي تضمن النجاح لكل الأعمال .
- لاشيء مما ذكر .

8. ما هي الثمرات التي تقدرها العلاقات العامة لثم . ؟

- الرد على الاستشارات والشكاوى المقدمة من العاملين .
- إقامة الحفلات وتنظيم الزيارات .
- المشاركة في المناسبات الاجتماعية .
- تقديم المساعدات والمنح .
- اتمام إجراءات السفر .

9. هل هناك نظام بمؤسستك من تقديم شكركم إلى الجمعية ؟

- نعم لا

10. في حالة الإجابة بنعم ، فما هي الجهة التي تقدم لها الشكرى في رأيك ؟

- قسم العلاقات العامة .
- قسم شؤون العاملين .
- مجلس إدارة الجمعية .
- جهة أخرى تذكر .
- قسم الشؤون الإدارية .
- قسم الشؤون القانونية .

11. هل تواجهك مشكلات في عملك بالجمعية ؟

- نعم لا

12. إذا كانت إجابتك بنعم ، فهل للمشكلات هي (يمكن اختيار أكثر من إجابة) .

- عدم تناسب العمل مع المؤهل .
- عدم الحصول على التقدير الكافي .
- فرص الترقى في العمل محدودة .
- لا يوجد تعاون مع الرؤساء .
- مشاكل أخرى تذكر

13. هل أنت راضٍ بعملك في الجمعية ؟

نعم لا

14. إذا كانت إجابتك بـ "لا" ، فهل هذا يرجع إلى (يمكن اختيار أكثر من إجابة) .

عدم اقتناعك بأهمية الدور الذي تقوم به الجمعية .

عدم تلقي التقدير الكافي من الرؤساء .

انعدام التعاون بين العاملين ومجلس إدارة الجمعية .

عدم الرضاء عن الترقيات الوظيفية .

أسباب أخرى تذكر

15. نيسا يلي بعض العبارات ، (الرجاء توضيح موانعتك على كل عبارة في (ضدهم)الواقع (الفعلي للعلاقات العامة بالجمعية) ،

وذلك بأنها :

- | | | |
|--------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> موافق | <input type="checkbox"/> إلى حد ما | <input type="checkbox"/> غير موافق |
| <input type="checkbox"/> موافق | <input type="checkbox"/> إلى حد ما | <input type="checkbox"/> غير موافق |
| <input type="checkbox"/> موافق | <input type="checkbox"/> إلى حد ما | <input type="checkbox"/> غير موافق |
| <input type="checkbox"/> موافق | <input type="checkbox"/> إلى حد ما | <input type="checkbox"/> غير موافق |
- وظيفة اساسية للجمعية لاغنى عنها .
- تساهم في رسم صورة ذهنية طيبة عن الجمعية.
- تعمل على خدمة رجال الإدارة العليا فقط .
- إن نجاح العلاقات العامة يبدأ من نجاحها الداخلي أساسا . موافق

الجمهورية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى



جامعة التحدي

كلية الآداب والتربية

الدراسات العليا

قسم الإعلام

استمارة استبيان للرأي العام لرواد (المركز الإسلامي مالطا) فرع جمعية الدعوة الإسلامية العالمية
عن دراسة بعنوان :

تقييم دور العلاقات العامة في جمعية الدعوة الإسلامية العالمية وفرعها بجمهورية مالطا
دراسة ميدانية .

2007 - 2008 مسيحي

إعداد الطالب :

حمد علي مفتاح الجروشي

إشراف :

د - جمعة محمد الفطيسي

الإخوة الأفاضل :

بعد التحية ...

يسعدنا أن نقدم إليك صحيفة الاستبيان هذه ، التي تتضمن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بنشاط الاتصال للمركز ، لذا نأمل منك مساعدتنا بتزويدنا بالمعلومات الصحيحة والدقيقة عند الإجابة عليها ، شاكرين حسن تعاونك معنا ، مع العلم بأن إجابات هذه الاستمارة تحظى بالسرية التامة ولا تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي .

الباحث

1. أُرِجِدُ للإشارة عما إذا تمت بزيارة المركز الإسلامي ؟

- يوماً أسبوعياً
 نادراً عدم القيام بذلك على الإطلاق

2. أُرِجِدُ للإشارة إذا كان غرض تروك للمركز هو : (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- لغرض أداء صلاة الجمعة .
 لغرض أداء الصلوات الأخرى .
 لغرض المشاركة في المناسبات الدينية .
 لغرض الاستماع الى الدروس والمواعظ الدينية .
 لغرض القراءة بمكتبة المركز .
 لغرض المحاضرات والدروس .
 لغرض الاجتماع بالأخوة بالمسلمين .
 لأي أسباب أخرى ارجو ذكرها

3. من خلال زيارتك للمركز أي من أنشطته ترغب بأن يتم التركيز عليها : (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- نشر الإسلام .
 إقامة الصلوات .
 إحياء المناسبات الدينية .
 شرح النصوص الدينية .
 إعطاء المواعظ والدروس الدينية للمسلمين .
 العمل على توحيد .
 حل مشاكل المسلمين .
 إصدار نشرات دينية للناشئين .
 الاحتفال بالزواج وفق الشعائر الدينية الاصلاح بين الأزواج المتخاصمين وتقديم نصائح دينية .
 أخرى تذكر

4. هل في رأيك المركز قادر على استقطاب جمهور إسلامي مثقف ومفكر يزوره ويستفيد منه ؟

- نعم إلى حد ما لا

5- إزا كانت الإجابة بنعم فما هي العوامل التي تسهم في مثل هذا النجاح ؟

لقيادته أثر كبير .

نشاط المركز داخليا

اتصالاته الخارجية بالمجتمع المالطي

صورته في نظر المجتمع الخارجي

منشورته .

أسلوبه الناجح في الدعوة .

أسلوبه في جذب المسلمين

أسباب أخرى تذكر

6. إزا كانت الإجابة بـ لا فما هي الأسباب في رأيك « يمكن اختيار أكثر من إجابة » ؟

إمكانياته محدودة .

احتياجاته الى عاملين أكثر .

حقيقة ان المسلمين مبعثرين في كل مكان .

ضعف اساليبه في الاتصال الخارجي .

مواقف بعض المسلمين منه .

أسباب أخرى تذكر

7. كيف ترى مكانة المركز في المجتمع المالطي ؟

جيدة متوسطة دون المستوى

8. هل يستفيد غير المسلمين من أنشطة المركز ؟

نعم إلى حد ما لا

9. ما مدى نجاح المركز في العودة إلى الإسلام ؟

درجة عالية إلى درجة ما قليل جدا

10. هل تعتقد أن المركز ساهم في اعتناق غير المسلمين للإسلام ؟

نعم لا لا اعرف

11. هل تقترح طريقة أكثر إيجابية . بحيث يستطيع المركز التأثير بدرجة أكبر في تحقيق أغراضه ؟

12. هل هناك مجالات عمل أو مهام أخرى يمكن للمركز إضافتها ليكون نشاطه أكثر فعالية أو تأثيراً؟

لا

نعم

13. لإزالة إجاباتك بنعم، أوجد الكتابة باختصار؟

.....
.....
.....
.....

14. هل لديك أي اقتراحات أخرى تود إضافتها؟

.....
.....
.....
.....

15. بيانات عامة :

- الجنس :

أنثى

ذكر

- العمر :

من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة

أقل من 20 سنة

من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة

من 30 إلى أقل من 40 سنة

من 50 سنة فما فوق

- المؤهل العلمي :

من شهادة جامعية

شهادة عليا

أخرى تذكر.....

شهادة مبدون جامعية

The Great Socialist People's Libyan Arab Jamahiriya

University of Attahadi

Faculty of Arts and Education Department of Media Studies



Questionnaire for Habitues of

The Islamic Educational Center / Malta

Title of the study

The Evaluation of the Public relations Role

In the Organization for Islamic Call and It's Branch in Malta

Field of study

Supervised by :

J. M. El fotaysi (PHD) (AP)

Prepared by :

Hamad A. Ageroshy

Dear brothers:

It's our pleasure to introduce questionnaire paper to you, that include collection of relating question with communicate activity for the center, So we hope from you help us by giving the exact and correct information at the answers, and we will thankful for your cooperation with us .

With knowledge the answers of this papers be in entire secrecy and don't using except in scientific research .

Q1 : Please indicate your visiting the Islamic Cultural Center as :

- | | |
|---------|-----------|
| Daily | (.....) |
| Weekly | (.....) |
| Monthly | (.....) |
| Rarely | (.....) |

Q2 : Please indicate if applicable whether purpose of your coming to the center as :

- | | |
|---------------------------------------|-----------|
| For Friday prayer | (.....) |
| For daily prayer | (.....) |
| To listen to religious talk / lessons | (.....) |
| To participate in religious occasions | (.....) |
| To study in the centre's library | (.....) |
| To deliver lectures / lessons | (.....) |
| To see Muslim brothers | (.....) |
| Other reasons : please specify | (.....) |

Q3 : In the light of your contact with the center, which are the activities of the center you would want to see concentration on :

- | | |
|----------------------------------|-----------|
| Prayer . | (.....) |
| Celebrating religious occasions. | (.....) |
| Call for Islam . | (.....) |
| Religious lessons for Muslims. | (.....) |
| Giving religious Fatwa's. | (.....) |
| Calling for the Muslim's unity . | (.....) |
| Solving the Muslim's problems . | (.....) |
| Publishing religious classes for | (.....) |

- Holding religious classes for the young . (.....)**
- Solemnizing marriages . (.....)**
- Reconciliation of estranged couples and offering marital counseling (.....)**

Q4 : Is the Malta Center begin able to gain a reasonable Muslim audience who visit it and have relations with it ?

- Yes (.....)**
- No (.....)**
- Up to a degree (.....)**
- Other reasons (.....)**

Q5 : What are the factors contributing to a success Malta Center ?

- The impact of its director . (.....)**
- The various activities . (.....)**
- Overseas connections . (.....)**
- It's image in the non Muslim circles . (.....)**
- It's publications . (.....)**
- It's publications in Islamic a waken (.....)**
- It's publications in advice to Muslim brothers (.....)**
- Other reasons . (.....)**

Q6 : Malta Center has no success to reach its goals, the reasons behind that are :

- Inadequate facilities . (.....)**
- Personnel deficiency . (.....)**
- The fact that Muslims are scattered All over . (.....)**
- Deficiency in communication in outside circles . (.....)**

The divergent attitudes of the community (.....)

Other reasons (.....)

Q 7: How do you see the center position Malta society ?

Excellent (.....)

Good (.....)

Ordinary (.....)

Not very good (.....)

Q 8 :Do the non-Muslims benefit from the centre's activities :

Yes (.....)

No (.....)

On a limited scale (.....)

Q 9 : Up to what degree does the center succeed in calling for Islam ?

A high degree (.....)

To a certain degree (.....)

Very little (.....)

Q 10 : Do you think the center does induce the non-Muslims to accept Islam ?

Yes (.....)

No (.....)

I do not know (.....)

Q 11 : Could you suggest a more positive approaches whereby the center can make a greater inducement for non – Muslims ?

Q12 Are there any other activities to embark upon effective activities ?

Yes

As you see , they are :

No

Other reasons

Q13 Have you got any other suggestions to encourage Malta center to go for farther work , please point out :

Q14 : personal Details

Sex (male) (.....)

(female) (.....)

Age (less than 20) (.....)

(20) (.....)

(30) (.....)

(40) (.....)

(Over 50) (.....)

Nationality malt is and Tunies

Level of education

Higher degree (.....)

University degree (.....)

Below university (.....)

Others (.....)

Researcher

Hamad . A . Al-jrosby



التاريخ: 2010/05/05
الموافق: 15/05/2010
الرقم الاشاري: E.P. 100/2010

الأشوية / جمعية الدعوة الإسلامية / طرابلس

بعد التحية ،،،،

تفيدكم الإدارة العامة للدراسات العليا والتدريب بأن
الطالب / حمد علي مفتاح أحد طلبة الدراسات العليا بكلية الآداب
والتربية قسم (الإسلام) وقد أنهى متطلبات الدبلوم بنجاح وهو
الآن في مرحلة كتابة رسالة "المجاهدين".

عليه ،،،،

فأهنيئكم منكم مساعدته في استكمال متطلبات هذه الدراسة وذلك فيما يتعلق
بالجانب الميداني حول الجمعية.

شاكرين حسن تعاونكم معنا.

بالتعاون مع

أ. محمد الغنای

مدير الإدارة العامة للدراسات العليا والتدريب



سـ () - سروري -

المكتب الشخصي

المكتب الإداري

توقيع



التاريخ 2 / 10 / 1375 هـ - و.
الموافق 7 / 10 / 2014

الرقم الإشاري

الإخوة / رقابة جوازات مطار طرابلس العالمي .

باسمك

لقد تم جمعكم جمعية الدعوة الإسلامية العالمية بأن
الأخ/ **محمد البروجي** موفد في مهمة
عمل رسمية إلى جمهورية **مالطا** اعتباراً من
1375/10/7 هـ من وفاة الرسول ﷺ (2007 مسيحي) .

نأمل تسهيب اجراءات خروجه ...

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

م محمد ولد خليفة رسة
امين مكتب الشؤون العامة

