



استكتاب جماعي

الإعلام الرسالي: سؤال المعنى وتحديات المبنى

توطئة:

يحتل الإعلام موقعًا محوريًا في تشكيل وعي الأفراد والمجتمعات، لما له من تأثير كبير في التربية والتعليم والتوجيه، كما تناط به في الإسلام وظائف متعددة، منها الإخبار الصادق وإعلاء كلمة الحق، والدفاع عن المظلومين، وتنمية الحس الجمالي، وتهذيب الأذواق. فالإعلام، حين يلتزم بالقيم الأخلاقية والضوابط الشرعية والقانونية، يصبح أداة بناءة تسهم في ترسيخ المعرفة، ونشر الوعي، وتقوية التماسك الاجتماعي.

لذا تولي الدول والمنظمات والمشاريع الجادة عناية خاصة للإعلام تنظيرًا وتوجيهًا وممارسة، بوصفه أداة أساسية في التوعية والتبليغ والدعوة، وفي صناعة الرأي العام المستنير، وفي الدفاع عن القضايا العادلة، ونصرة المستضعفين. وتقوم الرؤية الدعوية للإعلام على الجمع بين الصدق في المعلومة، والجمال في الأسلوب، والحكمة في الخطاب، مع الالتزام بالضوابط الشرعية، والتعامل الواعي مع التطور التكنولوجي والوسائط الجديدة.

وفي ظل ما يشهده العالم من ثورة إعلامية متسارعة، ووسط ما تتيحه وسائل التواصل الاجتماعي من فرص ومخاطر، يزداد الوعي بضرورة العناية بالإعلام ومراعاة مختلف أبعاد الرسالة الإعلامية، شرعية وأخلاقية، تربوية وتعليمية، قانونية وأمنية، وترسيخ ثقافة التوعية الإعلامية التي تمكن الأفراد من التفاعل الواعي والمسؤول مع المحتوى الإعلامي؛ مع التحذير من المزالق المرتبطة بسوء الاستخدام.

لكن هذه المطامح تصطدم بفيضان جارف من محتويات الإعلام السائل، الذي يستهدف أول ما يستهدف الاستئثار بالمتلقي، بكل الوسائل؛ من صور فاضحة، وأخبار كاذبة، وعناوين ضخمة مثيرة، فضلا عن التطور التقني وتقدمه. حتى غدا الإعلام عند السواد الأعظم فرجة قبل كل شيء، تعني الاسترخاء مع المواد التي لا تتطلب من المتابع بذل أي جهد في الاستيعاب، ولا في التنفيذ؛ الأمر الذي يطرح جملا من التحديات، عنوانها الأبرز: كيف يمكن بناء منظومة إعلامية تحمل مضمون الرسالة الإسلامية بكل أبعادها القيمية والسلوكية.. مع التأثير الإيجابي على المتلقي والمحافظة على اهتمامه بالمادة الإعلامية؟

وهو إشكال مركزي يمكن تفصيله في أسئلة فرعية أهمها: هل يمكن الحديث عن فرجة - بكل ما تعنيه من بحث عن انفراج في زحمة الحياة المادية - في إعلام يحمل رسالة جادة للمتلقي، بكل أسئلتها الوجودية والمصيرية؟ كيف تعوض المؤسسات الإعلامية الدعوية النقص في وفرة الوسائل اللوجستية واليد العاملة.. الذي تفرضه ظروف الحصار؟ كيف تتحول القيم الإيمانية إلى مواد قابلة للاستهلاك اليومي، دون الوقوع في التخمّة منها؟ ما هي أهم الأنماط الإعلامية التي تتماشى ورسائل الإعلام الدعوي؟ ما هي حدود الاستفادة من تجارب الإعلام المعاصر دون التأثير بأدران السيولة الحداثيّة؟

انطلاقاً من هذه الاعتبارات، يفتح هذا الكتاب الجماعي الباب أمام الباحثين والمهتمين لتقديم دراسات علمية جادة حول الإعلام في ضوء الفكر الإسلامي عامة، مع التركيز على وظيفته الإيجابية في البناء الحضاري للأمة، واستشراف آفاقه في خدمة القيم الكونية النبيلة والمبادئ الإنسانية الرفيعة.

وعليه، ندعو الباحثين في مختلف التخصصات إلى الإسهام بأوراقهم العلمية وفق المحاور المقترحة أدناه.

♦ محاور مقترحة للكتاب:

1- الإطار النظري للإعلام الدعوي: القيم والوظائف والوسائل

* قيم الإعلام والتواصل في الإسلام.

* وظائف الإعلام في الإسلام.

* وسائل الإعلام وغاياته.

2- الضوابط الشرعية والأخلاقية والقانونية للإعلام

* الضوابط الشرعية والأخلاقية للممارسة الإعلامية في الإسلام.

* الإطار القانوني لحماية الحقوق والحريات في المجال الإعلامي.

* الضوابط الأمنية لحماية الخصوصية وتفادي استغلال المعطيات.

3- الرؤية الدعوية للإعلام

* مفاهيم الإعلام في السياق الدعوي الإسلامي.

* الإعلام بين مؤشرات الفرج وآليات متجددة للاضطهاد.

* الوظائف التربوية والتعليمية والدعوية للإعلام.

4- قضايا الإعلام وآفاق الرسالة الإعلامية

الوحدة الإسلامية والتضامن والتعاون في الإعلام الدعوي.
مناهضة الظلم والاستبداد: تقويم واستشراف.
المجتمع بين واقع الاختراق وأفق التحسين.
القضايا العالمية والمشارك الإنساني (البيئة-العنف-الأوبئة-..).

5- آفاق تطوير الإعلام الرسالي

استراتيجيات تأسيس وتطوير وإدارة المشاريع الإعلامية.
تأهيل وترميز الفاعل الدعوي في الإعلام.
دراسة الجمهور وتحديد أنماط التلقي والتأثير.

♦ جدول الاستكتاب:

* آخر أجل لاستقبال الملخصات (300 كلمة كحد أقصى):

20 يونيو 2026

* الرد على الملخصات المقبولة: 30 يونيو 2026

* آخر أجل لاستقبال النسخ الكاملة من المقالات: 15 يونيو

2026

* الرد على المقالات المقبولة بعد التحكيم: 31 يناير 2027

* تاريخ إصدار الكتاب: 2027

* تنظيم ندوة لتقديم الكتاب: نوفمبر 2027