

كتاب حول “الإدارة النبوية للحملات الإعلامية”

أصدت دار “أكبول” للنشر كتابًا جديدًا بعنوان الإدارة النبوية للحملات الإعلامية، والذي يجمع بين التاريخ والإعلام والأدب والنقد واللغة وعلم النفس والسياسة والاجتماع والموسيقى وفنون الرصد والتوثيق والتخطيط.

ووفق كاتب الكتاب أسامة الأشقر فإنه يعتبر الثاني ضمن سلسلة من المدونات التحقيقية في ملفات السيرة النبوية، والذي يختص بتقديم مادة إعلامية تخصصية هي الأولى من نوعها في مضمونها وفي عرضها وفي نتائجها وفي عمقها.

والكتاب يحتوي على 600 صفحة يوثق تجربة نبوية حافلة ويكشف جوانب الإدارة النبوية للحملات الإعلامية في الرؤية والتخطيط والتنظيم والإدارة الميدانية والتشريعات الإعلامية وحماية الإعلاميين وتأثيرات الحملات، ثم جوانب إدارة الحملة الإعلامية لدى قريش وحلفائها من اليهود والمنافقين في الطرف المقابل، وقد التزم الكتاب بالتمثيل التطبيقي لجوانب هذه الحملة وإظهار مستوياتها، وعرض نصوصها الباقية.

ووفق الكاتب فسوف يكشف عن البحث عن فقر الدراسات المعاصرة المتخصصة بالإعلام الإسلامي حتى في مجال النظرية والتصور، والبون الشاسع بين النظرية وتطبيقاتها؛ بل فشل التنظير لحقيقة الإعلام الإسلامي الذي تعاملوا معه بطريقة استخراج الأحكام المباشرة من النصوص التي لا يعلم سياقها أو خلفياتها أو ظروفها مع ابتعاد شبه كامل عن تطبيقاتها المباشرة.

ويقدم الكتاب توصيات عملية تتيح الاستفادة من تجربة الحملات الإعلامية في العصر النبوي في إدارة الملف الإعلامي المعاصر وإدخاله ضمن أولويات العمل المنظم .

ويقول معده الأشقر “إنه قد ظهر لي أن هذه التجربة الإعلامية غنية جداً وواسعة، لذلك اقتصر في دراستي التطبيقية على الحملات الشعرية، وتناولت شعر **حسان بن ثابت** في آخر الفصول نموذجاً تطبيقياً لم يتناوله أحد كما تناولته من منظور إعلامي متخصص.