



ISSN: 2957-3874 (Print)

Journal of Al-Farabi for Humanity Sciences (JFHS)

<https://www.iasj.net/iasj/journal/419/issues>

مجلة الفارابي للعلوم الإنسانية تصدرها كلية الفارابي الجامعة



استراتيجيات الدعوة الإسلامية في المجتمعات الافتراضية دراسة تحليلية لفعالية المنصات الرقمية

م. د. مهند عبد العزيز الهيتي

ديوان الوقف السني هيت

Strategies of Islamic Da'wah in Virtual Communities: An Analytical Study of the Effectiveness of Digital Platforms

Dr. Muhanned Abdulazeez Fawwaz

Sunny Endowment □

muhannedalheet@gmail.com

المخلص

في عصر التكنولوجيا الرقمية، أصبح للمنصات الرقمية دور كبير في نشر الدعوة الإسلامية. تتزايد أهمية هذه المنصات نظراً لانتشار الإنترنت واستخدامه على نطاق واسع، حيث أصبح بإمكان الدعاة الوصول إلى جماهير متنوعة حول العالم في الوقت الفعلي. يُعد هذا البحث ضرورياً لفهم كيفية استغلال هذه المنصات بشكل فعال لتحقيق أهداف الدعوة، مع مراعاة التحديات والفرص التي تقدمها هذه المجتمعات الافتراضية. وتتمثل إشكالية البحث في كيفية تحديد مدى فعالية استراتيجيات الدعوة الإسلامية المستخدمة على المنصات الرقمية، وتأثيرها على تعزيز الوعي الديني ونشر القيم الإسلامية في المجتمعات الافتراضية. كما يهدف البحث إلى استكشاف العقبات التي تواجه الدعاة في الوصول إلى جمهورهم المستهدف عبر هذه المنصات. ويهدف البحث إلى: تحليل استراتيجيات الدعوة الإسلامية المستخدمة على المنصات الرقمية وتقييم فعاليتها. وتحديد التحديات التي تواجه الدعاة في استخدام المنصات الرقمية للدعوة. وتقديم توصيات لتحسين استراتيجيات الدعوة الرقمية لجعلها أكثر تأثيراً وفعالية. ودراسة تأثير المنصات الرقمية على توسيع نطاق الدعوة الإسلامية في المجتمعات الافتراضية. ويعتمد البحث على المنهج التحليلي الوصفي. الكلمات المفتاحية: الدعوة، الإسلام، العالم الافتراضي، المنصات الرقمية، رجال الدين

Abstract

In the era of digital technology, digital platforms have played a significant role in spreading Islamic outreach. The importance of these platforms is growing due to the widespread use of the internet, allowing preachers to reach diverse audiences worldwide in real-time. This research is essential to understand how to effectively utilize these platforms to achieve the goals of Islamic outreach, considering the challenges and opportunities presented by these virtual communities. The research problem lies in determining the effectiveness of the Islamic outreach strategies used on digital platforms and their impact on enhancing religious awareness and spreading Islamic values in virtual communities. The study also aims to explore the obstacles that preachers face in reaching their target audience through these platforms. The research aims to: analyze the Islamic outreach strategies used on digital platforms and evaluate their effectiveness; identify the challenges faced by preachers in using digital platforms for outreach; provide recommendations to improve digital outreach strategies to make them more impactful and effective; and study the impact of digital platforms on expanding the scope of Islamic outreach in virtual communities. The research adopts a descriptive analytical methodology. Keywords: outreach, Islam, virtual world, digital platforms, religious scholars.

المقدمة

الحمد لله الذي علم بالقلم، علم الإنسان ما لم يعلم، والصلاة والسلام على نبيه الأكرم، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم، وبعد: ففي ظل التطور التكنولوجي المتسارع وانتشار الإنترنت، أصبحت المنصات الرقمية جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية لملايين الأشخاص حول العالم. تشكل هذه

المنصات بيئة افتراضية تجمع بين أفراد من مختلف الثقافات والخلفيات، مما يتيح فرصاً جديدة لنشر الدعوة الإسلامية والوصول إلى جمهور واسع. ومع ذلك، تبرز تحديات جديدة أمام الدعاة، تتعلق بمدى فعالية استراتيجيات الدعوة المستخدمة في هذه المجتمعات الافتراضية، وكيفية التعامل مع التحديات الثقافية والاجتماعية المتنوعة التي تفرضها هذه المنصات. وتعد الدعوة الإسلامية من أهم الوسائل لنشر قيم الإسلام وتعاليمه في مختلف أرجاء العالم. ومع ظهور المجتمعات الافتراضية، بات من الضروري فهم كيفية استغلال هذه المنصات الرقمية بشكل صحيح وفعال، لضمان وصول الرسالة الإسلامية إلى أكبر عدد ممكن من الناس، وفي الوقت نفسه مواجهة التحديات التي قد تعيق هذا الهدف. ومن هنا تأتي أهمية هذا البحث في تقديم دراسة تحليلية شاملة لاستراتيجيات الدعوة الإسلامية في المجتمعات الافتراضية، مع التركيز على فعالية المنصات الرقمية في تحقيق أهداف الدعوة. سيستكشف البحث الأدوات والطرق المستخدمة حالياً، ويقيم مدى نجاحها وتأثيرها، مع تقديم توصيات لتعزيز فعالية هذه الجهود في المستقبل. وفي عصر التكنولوجيا الحديثة، أصبحت المنصات الرقمية مسرحاً رئيسياً للتواصل وتبادل الأفكار، مما يجعلها وسيلة فعالة للدعوة الإسلامية. تبرز أهمية هذا البحث في كونه يسلط الضوء على دور المنصات الرقمية في نشر القيم الإسلامية وتعزيز الوعي الديني في المجتمعات الافتراضية، خاصة في ظل التحديات الثقافية والاجتماعية التي تفرضها هذه البيئات الرقمية المتنوعة. يعد هذا البحث ضرورياً لفهم كيفية استغلال هذه المنصات بشكل أكثر فعالية، وضمان وصول الرسالة الإسلامية إلى جمهور عالمي متزايد. وتتمثل إشكالية البحث في التساؤل حول مدى فعالية استراتيجيات الدعوة الإسلامية المستخدمة حالياً في المجتمعات الافتراضية عبر المنصات الرقمية. كيف يمكن تحسين هذه الاستراتيجيات لجعلها أكثر تأثيراً في تحقيق أهداف الدعوة الإسلامية؟ وما هي العقبات الرئيسية التي تواجه الدعاة في هذه المجتمعات الافتراضية، وكيف يمكن التغلب عليها لضمان وصول الرسالة الإسلامية بشكل أكثر فاعلية وتأثيراً؟ ويهدف البحث إلى:

١. تحليل استراتيجيات الدعوة الحالية المستخدمة على المنصات الرقمية وتقييم فعاليتها في نشر القيم الإسلامية.

٢. استكشاف التحديات التي تواجه الدعاة في استخدام المنصات الرقمية للوصول إلى جمهور عالمي متنوع.

٣. تقديم توصيات لتحسين وتطوير استراتيجيات الدعوة الرقمية بما يتناسب مع طبيعة المجتمعات الافتراضية.

٤. دراسة تأثير المنصات الرقمية على تعزيز الوعي الديني ونشر القيم الإسلامية في المجتمعات الافتراضية.

ويعتمد البحث على منهجية تحليلية وصفية، تتضمن جمع البيانات من مصادر متعددة، ومن الله التوفيق.

المبحث الأول: المنصات الرقمية وأهميتها في الدعوة الإسلامية

المطلب الأول: مفهوم المنصات الرقمية وتطورها

المنصات الرقمية هي أنظمة أو تطبيقات على الإنترنت تمكّن المستخدمين من التفاعل مع المحتوى الرقمي، سواء من خلال إنشاء محتوى جديد أو مشاركة وتبادل المعلومات مع الآخرين. وتشمل هذه المنصات مجموعة واسعة من التطبيقات والمواقع الإلكترونية، مثل منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، إنستغرام)، منصات الفيديو (يوتيوب، تيك توك)، ومنصات التجارة الإلكترونية (أمازون، إيباي)، وكذلك المنتديات والمدونات والمنصات التعليمية. وتتميز هذه المنصات بقدرتها على ربط الأفراد والمجتمعات بشكل افتراضي، مما يسهل التواصل وتبادل المعرفة والسلع والخدمات عبر الإنترنت،^(١) وسيتم الكلام في هذا المطلب عن تطور هذه المنصات ومدى تأثيرها:

أولاً: تطور المنصات الرقمية واستخداماتها في العالم الحديث شهدت المنصات الرقمية تطوراً ملحوظاً منذ ظهور الإنترنت في العقود الأخيرة من القرن العشرين. وفي بداياتها، كانت الإنترنت تُستخدم بشكل أساسي لتبادل المعلومات النصية والبريد الإلكتروني. ومع تطور تقنيات البرمجيات وازدياد سرعة الاتصال بالإنترنت، بدأت المنصات الرقمية في التحول إلى وسائل متعددة الوسائط، تجمع بين النصوص والصور والفيديوهات والصوت. وفي أواخر التسعينيات وأوائل الألفية الجديدة، ظهرت منصات التواصل الاجتماعي الأولى مثل "MySpace" و "LinkedIn"، والتي مهدت الطريق لمنصات أكثر شمولاً مثل "فيسبوك" و "تويتر" و "إنستغرام". ولم تكن هذه المنصات مجرد وسيلة للتواصل، بل أصبحت أدوات قوية لتشكيل المجتمعات الافتراضية، والتأثير على الرأي العام، وتحفيز التغيير الاجتماعي والسياسي.^(٢) إضافة إلى ذلك، استخدمت المنصات الرقمية في مجموعة واسعة من المجالات الأخرى، مثل التجارة الإلكترونية، حيث أسهمت في تطوير الاقتصاد الرقمي من خلال تسهيل عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت. كما أصبحت أدوات التعليم الإلكتروني والتعلم عن بُعد ضرورية في نشر المعرفة والوصول إلى التعليم في جميع أنحاء العالم.^(٣) **تأثير المنصات الرقمية على أساليب التواصل الاجتماعي** أدى انتشار المنصات الرقمية إلى تغيير جذري في أساليب التواصل الاجتماعي. ففي الماضي، كانت وسائل التواصل الاجتماعي تقتصر على اللقاءات الشخصية أو الاتصال عبر الهاتف. ومع ظهور المنصات الرقمية، أصبحت القدرة على التواصل عبر الإنترنت بلا حدود جغرافية، حيث يمكن للأشخاص التفاعل مع بعضهم البعض في أي وقت ومن أي مكان. وإن أحد

أبرز التأثيرات كان على طبيعة الاتصال الاجتماعي. فعلى المنصات الرقمية، أصبح التواصل أكثر سرعة وفورية، حيث يمكن إرسال الرسائل والتعليقات والتفاعل مع المحتوى في الوقت الحقيقي. وهذا التطور أدى إلى تقليص المسافات بين الأفراد والمجتمعات، مما جعل العالم يبدو "قرية صغيرة" يمكن للجميع فيها التفاعل والمشاركة.^(٤) إضافة إلى ذلك، أثرت المنصات الرقمية على كيفية تشكيل الهويات الاجتماعية وتبادل الثقافات. فمن خلال هذه المنصات، يمكن للأفراد التفاعل مع مجموعة متنوعة من الثقافات والأفكار، مما يساهم في توسيع آفاقهم وتعزيز التفاهم بين مختلف الشعوب. ومع ذلك، تسببت هذه المنصات أيضًا في ظهور تحديات جديدة، مثل العزلة الاجتماعية والإدمان على الإنترنت، وكذلك انتشار المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة.^(٥) وتشكل المنصات الرقمية جزءًا حيويًا من حياة الإنسان في العصر الحديث، حيث أثرت بشكل كبير على أساليب التواصل الاجتماعي والتفاعل بين الأفراد والمجتمعات. مع استمرار التطور التكنولوجي، من المتوقع أن تستمر هذه المنصات في التحول والتأثير على مختلف جوانب الحياة، مما يتطلب منا فهمًا أعمق لاستخدامها بشكل مستدام وإيجابي.

المطلب الثاني: دور المنصات الرقمية في نشر الدعوة الإسلامية

قال تعالى في كتابه العزيز: **وَادْعُ إِلَى رَبِّكَ إِنَّكَ لَعَلَى هُدًى مُسْتَقِيمٍ** ٦٧^(٦) وتعتبر الدعوة إلى الله تعالى واجبًا دينيًا ومسؤولية إنسانية، حيث تتطوي على فوائد عديدة للفرد والمجتمع. فمن فوائدها تعزيز الوحدة والتآخي بين أفراد المجتمع، وتحقيق السلام النفسي والروحي للأفراد، كما تساهم في نشر الخير والمحبة والتسامح والتعاون في المجتمع، وفي عصر التكنولوجيا المتقدمة، أصبحت المنصات الرقمية أداة قوية لنشر القيم الإسلامية وتعزيز الوعي الديني بين المسلمين وغير المسلمين.^(٧) ويمكن استخدام هذه المنصات بعدة طرق لنشر الدعوة الإسلامية، منها على سبيل المثال لا الحصر:

١. **التعليم الديني عبر الإنترنت:** توفر المنصات الرقمية بيئة تعليمية مفتوحة يمكن من خلالها نشر الدروس والمحاضرات الدينية. ويتم ذلك من خلال مواقع التعليم الإلكتروني، وقنوات اليوتيوب، والبلث المباشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للعلماء والدعاة تقديم تفسيرات للقرآن الكريم، والأحاديث النبوية، وتعاليم الإسلام بطريقة يمكن الوصول إليها بسهولة.

٢. **المقالات والمدونات:** يمكن استخدام المدونات والمواقع الإلكترونية لنشر مقالات مكتوبة حول مواضيع إسلامية متنوعة. وهذه المقالات يمكن أن تتناول مواضيع العقيدة، الفقه، الأخلاق الإسلامية، وغيرها من القيم الدينية.^(٨)

٣. **المحتوى المرئي والمسموع:** إنتاج ونشر الفيديوهات والبودكاست الدينية التي تتناول مواضيع تهم الجمهور، مثل كيفية تطبيق القيم الإسلامية في الحياة اليومية، وأهمية الأخلاق الإسلامية، والتفاعل مع الأحداث العالمية من منظور إسلامي.

٤. **وسائل التواصل الاجتماعي:** استخدام منصات مثل فيسبوك، تويتر، وإنستغرام لنشر الرسائل الإسلامية بطرق مبتكرة، مثل استخدام الصور والرسوم البيانية، وإنشاء حملات دعوية تصل إلى جمهور واسع. ويمكن أيضًا التفاعل مع الجمهور من خلال الرد على أسئلتهم ومناقشة القضايا الدينية.

٥. **التطبيقات الإسلامية:** تطوير تطبيقات على الهواتف الذكية تحتوي على القرآن الكريم، الأذكار، الأدعية، والفتاوى، مما يسهل على المسلمين ممارسة عباداتهم وتعلم دينهم في أي وقت وأي مكان.^(٩)

واستخدام كافة الطرق المتاحة في الدعوة من أسسها الركيزة، قال تعالى: **قُلْ يَقَوْمِ اعْمَلُوا عَلَى مَكَانَتِكُمْ إِنِّي عَامِلٌ فَسَوْفَ تَعْلَمُونَ مَنْ تَكُونُ لَهُ عَقِيبَةُ أَلَدَارٍ** ^(١٠) فيجب أن تتضمن الدعوة الاستراتيجيات الفعالة مثل استخدام وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي بشكل مبتكر وفعال، وكذلك تحليل الجمهور المستهدف واستخدام اللغة المناسبة. بالإضافة إلى توظيف البرامج والفعاليات الدينية والاجتماعية التي تلبي احتياجات المجتمع، وتقدم المنصات الرقمية مجموعة من الفوائد والفرص الهامة للدعوة الإسلامية:

١. **الوصول إلى جمهور عالمي:** توفر المنصات الرقمية القدرة على الوصول إلى ملايين الأشخاص حول العالم في وقت واحد، بغض النظر عن الحدود الجغرافية. وهذا يسمح للدعوة الإسلامية بأن تكون أكثر شمولية وتصل إلى مختلف الثقافات والأعراق.^(١١)

٢. **الاستدامة والتفاعل:** توفر المنصات الرقمية وسائل لنشر المحتوى الدعوي بشكل مستدام، حيث يمكن للمحتوى أن يبقى متاحًا لفترات طويلة ويمكن للمستخدمين التفاعل معه بشكل مستمر. وهذه الخاصية تتيح للدعاة تلقي ردود الفعل وتعديل استراتيجياتهم الدعوية بناءً على تفاعل الجمهور.

٣. **التنوع في المحتوى:** تتيح المنصات الرقمية تنوعًا كبيرًا في أساليب تقديم المحتوى، من النصوص المكتوبة إلى الفيديوهات والبودكاست. ويساعد هذا التنوع في جذب مختلف شرائح المجتمع، سواء كانوا شبابًا أو كبارًا، ويتيح لهم فهم القيم الإسلامية بطرق تناسب اهتماماتهم.^(١٢)

٤. **القدرة على الرد على الشبهات:** تمكن المنصات الرقمية الدعاة من الرد الفوري على الشبهات والأسئلة المثارة حول الإسلام، مما يساعد في تصحيح المفاهيم الخاطئة ونشر الصورة الصحيحة عن الدين الإسلامي.

٥. التفاعل مع غير المسلمين: توفر المنصات الرقمية فرصة كبيرة للتفاعل مع غير المسلمين، مما يفتح الباب أمام الحوار بين الأديان وتعزيز التفاهم المتبادل.^(١٣) وخلاصة القول: تلعب المنصات الرقمية دورًا حيويًا في نشر القيم الإسلامية وتعزيز الوعي الديني في العالم الحديث. توفر هذه المنصات فرصًا لا مثيل لها للوصول إلى جمهور واسع، والتفاعل مع مختلف الثقافات، والتصدي للشبهات. إن الاستفادة من هذه الفرص يمكن أن يعزز من تأثير الدعوة الإسلامية ويضمن استمراريته في مواجهة التحديات الحديثة.

المبحث الثاني: تحديات واستراتيجيات الدعوة الإسلامية في المجتمعات الافتراضية

المطلب الأول: التحديات التي تواجه الدعوة في المجتمعات الافتراضية

طالما عانى الدعاة إلى الإسلام من التحديات العصبية، وتنوعت تلك المشقات واختلقت أشكالها، قال تعالى في قصة سيدنا نوح عليه السلام: قَالَ أَمْلَأْ مِنْ قَوْمِي إِنَّا نَرُكَ فِي ضَلَالٍ مُبِينٍ ٦٠ قَالَ يَقَوْمِ لَيْسَ بِي ضَلَالٌ وَلَكِنِّي رَسُولٌ مِنْ رَبِّ الْعَالَمِينَ ٦١.^(١٤) وفي المجتمعات الافتراضية، يواجه الدعاة مجموعة متنوعة من التحديات الثقافية والاجتماعية التي قد تؤثر على فعالية دعوتهم. ومن بين هذه التحديات:

١. التنوع الثقافي: يضم الإنترنت جمهورًا متنوعًا من حيث الخلفيات الثقافية والاجتماعية. وهذا التنوع يتطلب من الدعاة أن يكونوا على دراية بالحساسيات الثقافية المختلفة لكي يتجنبوا إثارة خلافات أو سوء فهم. وعلى سبيل المثال، يمكن أن يختلف تفسير القيم الإسلامية بين الثقافات المختلفة، مما يستدعي تقديم محتوى دعوي يراعي هذه الفروقات.^(١٥)

٢. التحولات الاجتماعية: تشهد المجتمعات الافتراضية تغيرات سريعة في الأفكار والقيم الاجتماعية. ويتعين على الدعاة مواكبة هذه التحولات وتقديم رسائل دعوية تتماشى مع الاحتياجات والاهتمامات الحديثة، مع الحفاظ على الأصالة والقيم الإسلامية.^(١٦)

٣. الضغوط الاجتماعية والتفاعل: في بعض الأحيان، قد يواجه الدعاة ردود فعل سلبية من قبل أفراد أو مجموعات لا تتفق مع الرسالة الإسلامية. وهذا قد يؤدي إلى حملات تشويه أو هجمات سيبرانية، مما يجعل من الصعب على الدعاة إيصال رسالتهم بشكل فعال.

٤. الانعزالية والمجتمعات المغلقة: تميل بعض المجتمعات الافتراضية إلى الانعزال عن الآخرين أو إلى تشكيل مجموعات مغلقة قد تكون مقاومة لأي نوع من التفاعل الخارجي، مما يجعل من الصعب على الدعاة اختراق هذه الحواجز والوصول إلى أفرادها.^(١٧)

تأثير التحديات التكنولوجية على فعالية الدعوة الإسلامية

تفرض التحديات التكنولوجية قيودًا إضافية على الدعاة في المجتمعات الافتراضية، حيث قد تؤثر على مدى وصولهم وتأثيرهم:

١. البنية التحتية الرقمية: تختلف البنية التحتية الرقمية من منطقة إلى أخرى، مما يؤثر على جودة الاتصال بالإنترنت والوصول إلى المنصات الرقمية. وقد يعيق ضعف البنية التحتية الرقمية في بعض المناطق قدرة الدعاة على التواصل بشكل فعال مع جمهورهم.

٢. الأمان السيبراني: يواجه الدعاة تهديدات متزايدة تتعلق بالأمان السيبراني، بما في ذلك القرصنة الإلكترونية والهجمات السيبرانية التي قد تستهدف حساباتهم على المنصات الرقمية. وهذه التهديدات يمكن أن تؤدي إلى فقدان الثقة بين الجمهور والدعاة.^(١٨)

٣. التطور التكنولوجي السريع: التغير السريع في التكنولوجيا يتطلب من الدعاة مواكبة أحدث الأدوات والمنصات. وعدم القدرة على التكيف مع هذه التغييرات قد يؤدي إلى فقدان الجمهور أو تقليل تأثير الرسالة الدعوية.

٤. الذكاء الاصطناعي والخوارزميات: تعتمد العديد من المنصات الرقمية على خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحديد ما يراه المستخدمون. وقد تؤدي هذه الخوارزميات إلى تقييد وصول المحتوى الدعوي إلى الجمهور المستهدف إذا لم يتوافق مع ما تعتبره الخوارزميات "محتوى شائع" أو "مرغوب".^(١٩) كما يشكل التنوع اللغوي والجغرافي للجمهور تحديات خاصة للدعاة في المجتمعات الافتراضية، ومن هذه التحديات:

١. التنوع اللغوي: يعتبر التنوع اللغوي أحد أكبر التحديات في الدعوة عبر الإنترنت. إذ يتحدث جمهور الإنترنت بلغات مختلفة، مما يتطلب ترجمة المحتوى الدعوي إلى لغات متعددة لضمان وصوله إلى أكبر عدد ممكن من الناس. كما أن الترجمة قد تواجه تحديات في نقل المعاني الدقيقة للرسائل الإسلامية، مما قد يؤدي إلى سوء فهم.

٢. الاختلافات الجغرافية: تختلف احتياجات وأولويات الجمهور بناءً على موقعهم الجغرافي. فالدعوة الإسلامية في الشرق الأوسط قد تحتاج إلى التركيز على قضايا مختلفة عن تلك التي يتم تناولها في المجتمعات الإسلامية في أوروبا أو أمريكا الشمالية. وهذا يتطلب من الدعاة تطوير محتوى يتماشى مع السياقات الجغرافية المختلفة.^(٢٠)

٣. **الفروقات في استخدام التكنولوجيا:** تختلف معدلات استخدام التكنولوجيا بين الدول والمجتمعات. ففي بعض المناطق الريفية أو الدول النامية، قد يكون الوصول إلى الإنترنت محدودًا، مما يتطلب من الدعاة إيجاد طرق بديلة لنشر الرسالة الدعوية، مثل استخدام البث الإذاعي أو الرسائل النصية.

٤. **التفاعل مع جمهور متعدد اللغات والثقافات:** التفاعل مع جمهور يتحدث لغات متعددة ويتبع ثقافات متنوعة يتطلب مرونة كبيرة في تقديم الرسائل الدعوية. ويجب أن يكون الدعاة قادرين على التواصل بفعالية مع جمهور يتنوع في لغاته وثقافته لضمان تحقيق أكبر تأثير إيجابي.^(٢١) وخلاصة القول: يواجه الدعاة في المجتمعات الافتراضية مجموعة معقدة من التحديات الثقافية والاجتماعية والتكنولوجية. ومن خلال فهم هذه التحديات والعمل على التغلب عليها، يمكن تحسين فعالية الدعوة الإسلامية وضمان وصول الرسالة إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعًا. يعتمد النجاح في هذا السياق على قدرة الدعاة على التكيف مع التحولات الثقافية والاجتماعية، ومواكبة التطورات التكنولوجية، وفهم التنوع اللغوي والجغرافي لجمهورهم.

المطلب الثاني: استراتيجيات تعزيز فعالية الدعوة الإسلامية عبر المنصات الرقمية

ولكي تصبح المجتمعات الافتراضية أماكن أفضل للوعظ الإسلامي، فإن مثل هذه الجهود لا بد وأن تتبنى استراتيجيات تفاعلية تتوافق مع معايير العصر الرقمي. وقد تتضمن بعض هذه الخطوات ما يلي:

١. **التفاعل المباشر مع الجمهور:** يمكن للواعظين الإجابة على الأسئلة المتعلقة بقضايا الدين وشرحها بشكل مباشر من خلال إطلاق جلسات حية على الفيسبوك واليوتيوب. وهذا يساعد في تعزيز مصداقية الواعظ ورفع مدى الشعور بالارتباط الشخصي بالجمهور.

٢. **الاستفادة من الوسائط المتعددة:** إنتاج محتوى الوعظ في مقاطع الفيديو والصوتيات والرسوم البيانية والرسوم البيانية. وهذا يلفت انتباه المشاهدين وينقل الرسائل بشكل أكثر إنتاجية، وخاصة للشباب.^(٢٢)

٤. **تشجيع المشاركة:** يمكن للواعظين تشجيع المشاركة بشكل أكبر من خلال طرح الأسئلة عليهم، أو تنظيم نوع من المنافسة أو ترك مساحة للموضوع لقسم التعليقات الذي يشرك الجمهور على الفور ويجعلهم يشعرون بأنهم جزء من عملية التعلم / التفاعل.^(٢٣)

٥. **الاستفادة من المؤثرين:** يساعد العمل مع المؤثرين في المجتمع الإسلامي الرقمي في نشر رسائل الدعوة إلى جمهور أكبر. السبب وراء فعالية المؤثرين يكمن في حقيقة أن لديهم عددًا جيدًا من المتابعين وهؤلاء هم نفس الأشخاص الذين يبشرون برسالة الدعوة من خلال منصتهم.^(٢٤)

كيفية استخدام الأدوات الرقمية المتاحة لتحسين الوصول والتأثير من الضروري للغاية الاستفادة من الأدوات الرقمية المتاحة لضمان ظهور فعالية الدعوة الإسلامية بشكل كبير لجمهور أكبر. تتضمن هذه الأدوات:

١. **منصات الوسائط الاجتماعية:** استخدم منصات الوسائط الاجتماعية بما في ذلك Facebook و Instagram و Twitter لتوسيع نطاق الوصول إلى الجمهور. ستؤدي الكلمات الرئيسية الأفضل والنشر في أوقات الذروة واستخدام الإعلانات الداعية للوصول إلى جماهير معينة إلى زيادة الوصول.

تحليل البيانات: استخدم Google Analytics أو أدوات التحليلات المضمنة في منصة الوسائط الاجتماعية لفهم مشاركة الجمهور عبر المحتوى. يمكن أن يساعد هذا في تصميم استراتيجيات الدعوة بناءً على الفعالية المتصورة.^(٢٥)

٣. **استخدام البريد الإلكتروني:** عبر البريد الإلكتروني، يمكن للمرء إرسال النشرات الإخبارية العامة على أساس أسبوعي، وإرسال مقالات دينية وتحفيزية ودعوة الأشخاص أيضًا لحضور الأحداث عبر الإنترنت.

٤. **التطبيقات الذكية:** تطوير تطبيقات إسلامية تحمل محتوى الوعظ مع خدمات مثل مواقيت الصلاة وتلاوة القرآن والأدعية اليومية. ستوفر هذه التطبيقات نهجًا سهلًا للجمهور للوصول إلى المحتوى الديني في أي وقت وفي أي مكان.^(٢٦)

٥. **الذكاء الاصطناعي:** تنفيذ تقنيات الذكاء الاصطناعي في هذه التطبيقات، مثل برامج المحادثة الآلية، من أجل الإجابة بسرعة على الأسئلة الأكثر شيوعًا أو توجيه المستخدم إلى المحتوى الصحيح. من شأن هذه الأدوات أن تعزز تجربة المستخدم وتزيد من المشاركة.^(٢٧)

تقديم توصيات لتعزيز دور الدعاة في المجتمعات الافتراضية وضمان استمرار نجاحهم

١. **التدريب المستمر:** يجب على الدعاة الاستثمار باستمرار في التدريب على التكنولوجيا وأدوات الاتصال الرقمية. يتضمن هذا كيفية الحصول على التحديثات والتحديات بشأن الاستخدام الفعال لمنصات التواصل الاجتماعي وكيفية قراءة الأرقام لتوجيه استراتيجيات الدعوة.

٢. التركيز على المحتوى الجديد: القضايا الجديدة التي تهم المجتمع الإسلامي والعالمي. يمكن تعزيز دور الدعاة في معالجة القضايا المجتمعية الحالية من خلال تحديثها لأنها تعالج التحديات الحديثة من منظور إسلامي.^(٢٨)
٣. الشراكات والتعاون: يجب على الخطباء أن يعملوا جنباً إلى جنب مع المنظمات الإسلامية الأخرى، محلياً أو دولياً، لمراجعة رسائل الوعظ من أجل تحقيق تأثيرات أفضل وزيادة تأثيرها. إن الشراكة من شأنها أن تجعل الوعظ أكثر شمولاً وبعيد المدى.
٤. لا يمكن أبداً تجاهل التكنولوجيا في هذا النوع من الاتصال بالجمهور الذي يحتاج الخطيب إلى بنائه. ويشمل ذلك الرد على الرسائل الشخصية، وإعطاء بعض النصائح على المستوى الشخصي، وكذلك التظاهر بالاهتمام الحقيقي بالمشاكل والقضايا المطروحة.
٥. يجب على الخطباء أن يظلوا متمسكين بالقيم الإسلامية والأخلاقية أثناء نشر أي شيء على الإنترنت. وهذا يشمل النزاهة والأمانة والشفافية في دعم مصداقية الدعوة من أجل ازدهارها المستمر داخل المجتمعات الافتراضية.^(٢٩)
- إن تحسين استراتيجيات الدعوة للتفاعل والتأثير داخل المجتمعات الافتراضية يتطلب الاستخدام الذكي للموارد المتاحة وإنشاء محتوى مناسب لاحتياجات الجمهور المتنوعة. إن التفاعل مع الجمهور واستخدام التكنولوجيا سيساعدهم على لعب دور فعال في نشر القيم الإسلامية من أجل استمرار نجاحهم في العصر الرقمي.

الخاتمة

إن هذا البحث يؤكد على أهمية المنصات الرقمية كوسيلة فعالة للدعوة الإسلامية في المجتمعات الافتراضية. ففي عالم تتسارع فيه سرعة التقدم التكنولوجي، لا يمكن التقليل من أهمية الدور الهائل الذي تلعبه هذه المنصات في توصيل الرسائل الدينية إلى الناس في مختلف أنحاء العالم. وقد هدف البحث إلى تحليل الاستراتيجيات الفعلية للدعوة الإسلامية من خلال وسائل الإعلام الجديدة والمشاكل التي يواجهها الدعاة اليوم عند توصيل كلمة الله. ويبدو من الواضح أيضاً أنه مع كل التأثيرات والتغيرات السريعة والتطورات المستمرة في التقنيات الرقمية - فمن المنطقي أن يتكيف الدعاة مع هذه المتغيرات الجديدة حتى يظل الوعظ الإسلامي حياً وفعالاً في المجتمعات الافتراضية. وقد توصل البحث إلى عدد من النتائج والتوصيات:

النتائج:

فعالية المنصات الرقمية في نشر الدعوة الإسلامية: إن فعالية هذه المنصات الرقمية في الوصول إلى جمهور واسع ومتنوع من شأنها أن تزيد من انتشار القيم الإسلامية. التحديات المتعددة التي تواجه الدعاة: تشمل التحديات التنوع الثقافي والاجتماعي المتمثل في الجمهور الذي يستهدفه الدعاة، فضلاً عن القضايا التكنولوجية والفنية المتعلقة بكيفية إدارة الحملات الدعوية على هذه المنصات. إعادة النظر في الاستراتيجيات: في الواقع، لن يكون التطوير المستمر في المنصات الرقمية متاعماً إلا إذا تم استخدام استراتيجيات دعوة جديدة تستجيب لطبيعة المجتمعات الافتراضية - وفي نفس الوقت أكثر تفاعلاً وتأثيراً مع الجمهور بشكل عام. التوصيات: ١. تطوير المهارات الرقمية للدعاة: يحتاج الدعاة إلى تعزيز أدوات المنصة الرقمية ومجموعات المهارات الحديثة حتى يتمكن الوعظ الإسلامي من الاستمرار ويكون فعالاً. تصميم محتوى دعوة متنوع ثقافياً وجذاباً: ما يجب القيام به هو تصميم محتوى دعوة يتوافق مع الثقافات المختلفة للجمهور وفي نفس الوقت يجذب اهتمامهم. ٣. التعاون مع المؤسسات التقنية: يوصى بتعزيز تعاون المؤسسات الدعوية مع المؤسسات التقنية في تطوير أدوات ومنصات مخصصة للدعوة الإسلامية لمعالجة التحديات التقنية. البحث المستمر وتقييم الأداء: يجب أن تخضع استراتيجيات المناصرة التي يتم تنفيذها على المنصة الرقمية لبحث دوري لقياس مدى فعاليتها، ومن ثم العمل أيضاً على التحسين المستمر حتى تتمكن من مواكبة الخطوات مع التطورات التقنية والاجتماعية. بهذه النتائج والتوصيات، يمكن تعزيز فعالية الدعوة الإسلامية في المجتمعات الافتراضية وتحقيق أهدافها في نشر القيم الإسلامية بشكل أكثر تأثيراً وانتشاراً.

المصادر والمراجع

بعد القرآن العظيم

١. أثر الإنترنت على الدعوة الإسلامية: فيصل بن عبد العزيز النعيمي، دار العلم، الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الثانية، ٢٠٢١
٢. استخدام التكنولوجيا في الدعوة الإسلامية: محمد بن عبد الله الهاشمي، دار الفجر، مصر، الطبعة الأولى، ٢٠١٨
٣. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأوساط الأكاديمية: فيليسيانوس، ج.، أبحاث ومراجعات تعليمية، كندا، الطبعة ٨(٢٢)، ٢٠١٣
٤. الإعلام الإلكتروني والدعوة إلى الإسلام: سعد بن محمد العبد الله، دار الإسلام، مصر، الطبعة الثانية، ٢٠١٨
٥. الإعلام الرقمي وأثره في الدعوة الإسلامية: خالد بن صالح الفراج، دار الأندلس، الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الثالثة، ٢٠١٧

٦. الإعلام الرقمي والدعوة الإسلامية: آفاق وتحديات: عبد الرحمن بن علي البليهد، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الأولى، ٢٠٢٠.
٧. الإنترنت والدعوة الإسلامية: دراسة فقهية: عبد الرحمن بن علي القحطاني، مكتبة الرشد، السعودية، الطبعة الثانية، ٢٠١٦.
٨. التحديات التي تواجه الدعوة الإسلامية في عصر التكنولوجيا: عبد الله بن أحمد القيسي، مكتبة الرشد، السعودية، الطبعة الأولى، ٢٠٢٠.
٩. التحديات التي تواجه الدعوة عبر الإنترنت: حسن بن محمد الزهراني، مكتبة العبيكان، السعودية، الطبعة الثانية، ٢٠١٩.
١٠. تحليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات التعليمية: دمبيت، د. ز. و فرنانديز، س. ج.، المجلة الدولية لتكنولوجيا التعليم في التعليم العالي، الولايات المتحدة، الطبعة ١٤(١)، ٢٠١٧.
١١. تقنيات التواصل الحديثة في خدمة الدعوة: أحمد حسن الجابري، دار السلام، مصر، الطبعة الأولى، ٢٠١٩.
١٢. الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت: الفرص والتحديات: حسن بن علي المحمدي، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الأولى، ٢٠١٧.
١٣. الدعوة الإسلامية عبر وسائل الإعلام الحديثة: محمد بن عبد الله القحطاني، دار الفكر العربي، مصر، الطبعة الثالثة، ٢٠١٩.
١٤. الدعوة الإسلامية في العالم الافتراضي: يوسف عبد الرحمن الخضر، دار المعرفة، لبنان، الطبعة الأولى، ٢٠٢١.
١٥. الدعوة الإسلامية في العصر الرقمي: محمد عبد الله العاصمي، دار الفكر العربي، مصر، الطبعة الأولى، ٢٠١٨.
١٦. الدعوة الإسلامية في الفضاء الإلكتروني: عبد الرحمن بن عبد الله السليمان، مكتبة الملك فهد، السعودية، الطبعة الأولى، ٢٠١٩.
١٧. الدعوة الإسلامية في عصر الإنترنت: عبد العزيز بن محمد الشثري، دار الفكر، سوريا، الطبعة الأولى، ٢٠٢٠.
١٨. الدعوة الإلكترونية وتأثيرها على المجتمعات الإسلامية: فيصل بن عبد الرحمن الشمري، دار النهضة العربية، مصر، الطبعة الثانية، ٢٠١٩.
١٩. الدعوة الرقمية: دراسة تطبيقية: حمد بن سالم الحربي، دار الجيل، الكويت، الطبعة الأولى، ٢٠١٦.
٢٠. دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين التنوع والشمولية: ليمون، ل. ل.، فرونتيرز، الولايات المتحدة، الطبعة ٥٢، ٢٠١٤.
٢١. الشبكات الاجتماعية والدعوة الإسلامية: محمود بن عبد الله السعدي، مكتبة العبيكان، السعودية، الطبعة الثانية، ٢٠٢٠.
٢٢. العمل الأكاديمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي: ماثيو، ب. أ.، مجلة تكنولوجيا التعليم، الولايات المتحدة، الطبعة ٢٦(٣)، ٢٠١٦.
٢٣. المنصات الرقمية كمساحة لتبادل المعرفة: كوانيا، ت. و ستيلويل، س. و أندروود، ب.، تطوير المعلومات، المملكة المتحدة، الطبعة ٣١(٥)، ٢٠١٥.
٢٤. وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للدعوة الإسلامية: علي بن صالح السحيمي، دار المعارف، مصر، الطبعة الثالثة، ٢٠١٨.
٢٥. وسائل الدعوة الإلكترونية في العصر الحديث: خالد بن عبد الله القحطاني، دار المنار، السعودية، الطبعة الأولى، ٢٠١٧.

هوامش البحث

- (١) المنصات الرقمية كمساحة لتبادل المعرفة: كوانيا، ت. و ستيلويل، س. و أندروود، ب.، تطوير المعلومات، المملكة المتحدة، الطبعة ٣١(٥)، ٢٠١٥م: ١٢٩.
- (٢) تحليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات التعليمية: دمبيت، د. ز. و فرنانديز، س. ج.، المجلة الدولية لتكنولوجيا التعليم في التعليم العالي، الولايات المتحدة، الطبعة ١٤(١)، ٢٠١٧م: ٤٣.
- (٣) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين التنوع والشمولية: ليمون، ل. ل.، فرونتيرز، الولايات المتحدة، الطبعة ٥٢، ٢٠١٤م: ٥٩.
- (٤) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأوساط الأكاديمية: فيلتسيانوس، ج.، أبحاث ومراجعات تعليمية، كندا، الطبعة ٨(٢٢)، ٢٠١٣م: ٤٩.
- (٥) العمل الأكاديمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي: ماثيو، ب. أ.، مجلة تكنولوجيا التعليم، الولايات المتحدة، الطبعة ٢٦(٣)، ٢٠١٦م: ٤٩.
- (٦) سورة الحج: ٦٧.
- (٧) الدعوة الإسلامية في العصر الرقمي: محمد عبد الله العاصمي، دار الفكر العربي، مصر، الطبعة الأولى، ٢٠١٨م: ٣٣.
- (٨) الإنترنت والدعوة الإسلامية: دراسة فقهية: عبد الرحمن بن علي القحطاني، مكتبة الرشد، السعودية، الطبعة الثانية، ٢٠١٦م: ٥١.
- (٩) الإعلام الرقمي وأثره في الدعوة الإسلامية: خالد بن صالح الفراج، دار الأندلس، الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الثالثة، ٢٠١٧م: ٣٩.
- (١٠) سورة الأنعام: ١٣٥.
- (١١) تقنيات التواصل الحديثة في خدمة الدعوة: أحمد حسن الجابري، دار السلام، مصر، الطبعة الأولى، ٢٠١٩م: ٩١.

- (١٢) الشبكات الاجتماعية والدعوة الإسلامية: محمود بن عبد الله السعدي، مكتبة العبيكان، السعودية، الطبعة الثانية، ٢٠٢٠م: ٢١.
- (١٣) الدعوة الإسلامية في العالم الافتراضي: يوسف عبد الرحمن الخضر، دار المعرفة، لبنان، الطبعة الأولى، ٢٠٢١م: ٤٩.
- (١٤) سورة الأعراف: ٦٠ - ٦١.
- (١٥) الدعوة الإسلامية في عصر الإنترنت: عبد العزيز بن محمد الشثري، دار الفكر، سوريا، الطبعة الأولى، ٢٠٢٠م: ٤١.
- (١٦) وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للدعوة الإسلامية: علي بن صالح السحيمي، دار المعارف، مصر، الطبعة الثالثة، ٢٠١٨م: ٨١.
- (١٧) الدعوة الإسلامية في الفضاء الإلكتروني: عبد الرحمن بن عبد الله السليمان، مكتبة الملك فهد، السعودية، الطبعة الأولى، ٢٠١٩م: ٢٤.
- (١٨) الدعوة الرقمية: دراسة تطبيقية: حمد بن سالم الحربي، دار الجيل، الكويت، الطبعة الأولى، ٢٠١٦م: ١٧.
- (١٩) أثر الإنترنت على الدعوة الإسلامية: فيصل بن عبد العزيز النعيمي، دار العلم، الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الثانية، ٢٠٢١م: ٥٢.
- (٢٠) استخدام التكنولوجيا في الدعوة الإسلامية: محمد بن عبد الله الهاشمي، دار الفجر، مصر، الطبعة الأولى، ٢٠١٨م: ٩٣.
- (٢١) وسائل الدعوة الإلكترونية في العصر الحديث: خالد بن عبد الله القحطاني، دار المنار، السعودية، الطبعة الأولى، ٢٠١٧م: ٣٢.
- (٢٢) التحديات التي تواجه الدعوة عبر الإنترنت: حسن بن محمد الزهراني، مكتبة العبيكان، السعودية، الطبعة الثانية، ٢٠١٩م: ٤٢.
- (٢٣) الدعوة الإسلامية عبر وسائل الإعلام الحديثة: محمد بن عبد الله القحطاني، دار الفكر العربي، مصر، الطبعة الثالثة، ٢٠١٩م: ٦٥.
- (٢٤) الإعلام الرقمي والدعوة الإسلامية: آفاق وتحديات: عبد الرحمن بن علي البليهد، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الأولى، ٢٠٢٠م: ٨٤.
- (٢٥) الشبكات الاجتماعية والدعوة الإسلامية: محمود بن عبد الله السعدي، مكتبة العبيكان، السعودية، الطبعة الثانية، ٢٠٢٠م: ٢١.
- (٢٦) وسائل الدعوة الإلكترونية في العصر الحديث: خالد بن عبد الله القحطاني، دار المنار، السعودية، الطبعة الأولى، ٢٠١٧م: ٣٢.
- (٢٧) الإعلام الرقمي وأثره في الدعوة الإسلامية: خالد بن صالح الفراج، دار الأندلس، الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الثالثة، ٢٠١٧م: ٣٩.
- (٢٨) الإنترنت والدعوة الإسلامية: دراسة فقهية: عبد الرحمن بن علي القحطاني، مكتبة الرشد، السعودية، الطبعة الثانية، ٢٠١٦م: ٥١.
- (٢٩) تقنيات التواصل الحديثة في خدمة الدعوة: أحمد حسن الجابري، دار السلام، مصر، الطبعة الأولى، ٢٠١٩م: ٩١.