

خصائص البحث في الاتصال الدعوي في البيئة الرقمية

دراسة تحليلية

د. صليحة العابد*، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، مخبر الدراسات الدعوية والاتصالية، الجزائر

الايمل: s.labeled@univ-emir.dz

الملخص

تسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على أبرز خصائص الاتصال الدعوي في البيئة الرقمية، وذلك من خلال التعرف على الخصائص المرجعية الأصيلة، والتطرق إلى أهم المجالات البحثية التي تميز البحث الدعوي الاتصالي وكذلك المناهج وأدوات جمع البيانات المعتمدة من خلال التحليل الكمي والكمي لعينة من البحوث، مع اقتراح موضوعات ومناهج بحثية مناسبة لتفعيل وتحسين بحوث الاتصال الدعوي بما يخدم أولويات الدعوة.

الكلمات المفتاحية: خصائص، الاتصال الدعوي، البيئة الرقمية

Abstract

This study seeks to identify the most prominent characteristics of advocacy communication in the digital environment, by identifying the original reference characteristics, and addressing the most important research areas that characterize communication advocacy research, as well as the methods and tools for collecting approved digital data. Through quantitative and qualitative analysis of a sample of research, proposing appropriate research topics and methods to activate and modernize advocacy communication research to serve advocacy priorities.

Keywords: characteristics, advocacy communication, digital environment

مقدمة:

يمثل البحث في الاتصال الدعوي حلقة الدفع الأساسية من أجل تفعيل العملية الدعوية في الوقت الحالي، حيث أن العدة الأكاديمية من شأنها أن تؤصل للاتصال الدعوي كممارسة ضرورية ضمن إطارها العلمي في نطاق تكامل علم الاتصال بفقاه الدعوة. مما يسمح ببلورة قاعدة معرفية وطرق بحثية كفيلة بتحقيق هذا الهدف.

يزداد هذا المطلب مع تداعيات البيئة الرقمية التي شكلت تحدياً كبيراً للحقل الدعوي سواء على المستوى المحلي أو الدولي. فمع انتشار التقنيات والتكنولوجيات أصبح لزاماً على الداعية أن يتسلح بأدوات العصر الرقمي وأن يكتسب مهاراته ويجيد التعامل معه. ولهذا تعتبر المراجعة النقدية والدراسة الموضوعية للمعطيات المعرفية والتراكم البحث الذي عبرت عنه بحوث الاتصال الدعوي خطوة البدء في سبيل امتلاك رؤية من شأنها إعادة بناء بحوث الدعوة والاتصال، بحيث تكون أكثر تعبيراً عن واقع التواصل بين المسلمين في مجتمعاتهم.

حيث أنه لم يعد مقبولا في ظل التطورات المعرفية والتقنية أن يبقى الفعل الدعوي الاتصالي يراوح مكانه بين سؤال مشروعية الاستخدام فيما تعلق بالوسائل أو وعظية المضمون فيما تعلق بالرسالة، لأجل ذلك لابد من تحليل ونقد التراكم العلمي والمنهجي الذي عبرت عنه بحوث الاتصال الدعوي من أجل استخراج خصائصها المرجعية والتطبيقية، والنظر في كيفية توظيف المناهج البحثية لتحقيق أهداف الدعوة بشكل فعال، ولذلك تم طرح التساؤل الرئيس للدراسة كما يلي:

ماهي خصائص البحث في الاتصال الدعوي في البيئة الرقمية؟

وانبثق عن هذا التساؤل الأسئلة الفرعية الآتية:

- _ ماهي الخصائص المرجعية للبحث في الاتصال الدعوي في البيئة الرقمية؟
- _ إلى أي مدى تعكس الخصائص الحالية لبحوث الاتصال الدعوي في البيئة الرقمية التحولات الاتصالية الحديثة؟
- _ هل المناهج والأدوات المستخدمة تلبي متطلبات دراسة الظواهر الدعوية الرقمية؟
- _ إلى أي مدى كان حجم استفادة بحوث الاتصال الدعوي من نظريات الاتصال؟
- _ ماهي أبرز التحديات التي تواجه الباحث في الاتصال الدعوي في البيئة الرقمية؟

ثانياً: أهمية البحث

- _تساهم في إثراء الأدبيات النقدية حول الاتصال الدعوي في البيئة الرقمية.
- _تساعد على تطوير أدوات بحثية تتناسب مع التحولات في البيئة الرقمية.
- _تقدم رؤية نقدية للممارسة البحثية الحالية مما يساهم في تحسين جودة الأبحاث في الاتصال الدعوي؟

ثالثاً: مفاهيم البحث

يجدر بنا في مقدمة هذا البحث تحديد المفاهيم الرئيسية الواردة فيه وهي:

الاتصال الدعوي:

هو مفهوم مركب من كلمتين الاتصال والدعوة وهي من المفاهيم الحديثة المشكلة في إطار العملية الاتصالية. ومن بين تعريفاته أنه: عملية مخططة ومدروسة في شكل رسالة يعبر عنها برموز موجهة من المرسل وهو الداعية إلى المستقبل وهو المدعو، يسعى من خلالها المصدر إلى تبليغ ونشر رسالته الدعوية والتأثير في المتلقي باستخدام كافة الوسائل المشروعة والمتاحة (بن سعيد، 2022)

في كتابه "مدخل إلى الاتصال الدعوي"، يشير الدكتور عبد الله عدوي إلى أن الاتصال الدعوي هو أحد مجالات الاتصال المخصص لنشر الرسالة الإسلامية باستخدام أساليب اتصالية علمية، بهدف تحقيق التأثير المطلوب على الجمهور المستهدف، سواء كانوا مسلمين أو غير مسلمين. يؤكد الكتاب على أهمية الاستفادة من منجزات الإعلام وفعاليته الاتصالية لتحقيق الأهداف الدعوية بما يتماشى مع روح الاتصال العصري الفعّال (عدوي، 2020)

البحث في الاتصال الدعوي:

البحث العلمي هو عملية منظمة ومنهجية تهدف إلى اكتشاف المعرفة الجديدة أو تطوير المعرفة الموجودة من خلال جمع البيانات، وتحليلها، واختبار الفرضيات، وفق أسس منهجية دقيقة. يعتمد البحث العلمي على التجربة، والملاحظة، والاستنتاج، وهو أساس التقدم في مختلف العلوم.

وفي سياق البحث هو البحوث العلمية المنجزة في مجال الاتصال الدعوي، ولابد من الإشارة هنا إلى الارتباك الحاصل في توحيد مصطلح الاتصال الدعوي على مختلف استخدامات وسائل الاعلام في الدعوة إلى الله حيث نجد بحوثاً تحت مسمى الاعلام الديني والاعلام الإسلامي وغيرها.

البيئة الرقمية:

البيئة الرقمية هي بيئة يكون اتصال المستفيد منها من أي مكان ومن أي حاسوب أو هاتف ذكي، وهي تشير إلى الفضاء الافتراضي الذي تُدار فيه المعلومات والمعاملات عبر الوسائط الإلكترونية والتقنيات الحديثة، مثل الإنترنت والحواسيب والشبكات الرقمية. في هذه البيئة، ويتم إنشاء وتبادل المحتوى الرقمي، بما في ذلك النصوص والصور والفيديوهات، بطرق تفاعلية تسهل الوصول إلى المعلومات وتبادلها بسرعة وفعالية.

البيئة الرقمية في مجال الإعلام والاتصال تشير إلى الفضاء الافتراضي الذي تُستخدم فيه التقنيات الرقمية، مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، لنقل المعلومات والتفاعل بين الأفراد والمؤسسات. في هذه البيئة، تتكامل الوسائط المتعددة—كالنصوص والصور والفيديوهات—لتقديم محتوى إعلامي متنوع، مما يُحدث تحولاً جذرياً في طرق الاتصال التقليدية ويُعزز من تفاعلية الجمهور ودوره في صناعة المحتوى

بالإضافة إلى ذلك، يشير كتاب "نظريات الاتصال والإعلام في البيئة الرقمية" إلى أن البيئة الرقمية أتاحت تفاعلات غير مسبقة بين المرسل والمستقبل، مما أدى إلى تغيير ديناميكيات الاتصال وجعل الجمهور جزءاً فاعلاً في إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي (حمدي وآخرون، 2024)

بالتالي، تمثل البيئة الرقمية في مجال الإعلام والاتصال منظومة حديثة تعتمد على التكنولوجيا الرقمية لتعزيز التواصل التفاعلي، وتوسيع نطاق الوصول إلى المعلومات، وتمكين الجمهور من المشاركة الفعالة في صناعة المحتوى الإعلامي.

خصائص:

الخاصية هي مجرد يعبر عن الموصوف من وجهة نظر الواصف (Otonology.2024) وفي سياق البحث هي المميزات النظرية والتطبيقية التي يتميز بها البحث في مجال الاتصال الدعوي.

وبالتالي فالتعريف الاجرائي للدراسة هو توصيف البحوث التي أنجزت في مجال استخدام الوسائل التكنولوجية والوسائط الرقمية في الدعوة إلى الله من حيث مميزاتها النظرية والتطبيقية.

رابعاً: منهج البحث

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية المعتمدة على المنهج الوصفي، ذلك أنها تنطلق من تصوير وفحص بحوث الاتصال الدعوي، ويعتبر المنهج الوصفي بأنه طريقة لدراسة الظواهر والمشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية محكمة، وهو أسلوب للتحليل العلمي المتعلق بظاهرة محددة

المعالم ومكررة الحدوث، بما يساعد في بلوغ نتائج موضوعية، وبما يتلاءم مع المعطيات الأولية المتاحة، ومن استخداماته دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، أشكالها، علاقاتها والعوامل المؤثرة في ذلك (المحمودي، 2019)

ولتحقيق هدف الوصف قمنا بإجراء دراسة تحليلية كمية وكيفية لعينة من المقالات العلمية التي أجريت في مجال الاتصال الدعوي في البيئة الرقمية والمنشورة في البوابة الوطنية للمجلات، باعتبارها الحاضنة الوطنية الشاملة للبحث العلمي الوطني في مختلف المجالات وينبغي الإشارة هنا إلى أن الكمات المفتاحية الأساسية للبحث كانت بمتغيرات اصطلاحية: الاتصال الدعوي _ البيئة الرقمية/ الاعلام الديني _ البيئة الرقمية/ الاعلام الإسلامي _ البيئة الرقمية؛ وذلك للارتباك الحاصل في توحيد المفهوم كما سبقت الإشارة له.

خامسا: المحددات الأساسية لتوصيف بحوث الاتصال الدعوي

يمكن حصر ثلاث محددات معيارية أساسية لعملية تصنيف وتوصيف بحوث الاتصال الدعوي وهي:

الخصوصية المرجعية:

إذا كانت الدعوة بمرجعيتها التأصيلية تعتبر المرتكز الأساسي للفعل التواصل في مجال الاتصال الدعوي من المفترض أنه يستند إل رؤية تأصيلية تمنعه من حالة الاغتراب المعرفي على الأقل وتمكنه من تحديد موقعه بين خطوط الخريطة المعرفية العامة لبحوث ودراسات الاتصال.

بعد القراءة الاستقصائية للمحتوى التواصل في القرآن الكريم والسيرة النبوية تتجلى لنا معالم النشاط الاتصالي وتحدد معالمه، والاتصال في القرآن الكريم مقوم أساسي لحياة الانسان، وهو سبيل يمكن الانسان من تبادل الآراء والأفكار واكتساب الخبرات كما أنه سبيل للتربية والتزكية والتبادل المعرفي والحضاري وتعزيز أواصر التواصل البشري على أساس التآلف والتوافق حيث جاء في القرآن الكريم: [يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا إنا أكرمكم عند الله أتقاكم] الحجرات (هواري، 2018) ولم يكتف القرآن بوصف العملية الاتصالية فحسب بل فصل في كل عنصر من عناصرها بدء بالقائم بالاتصال إلى الرسالة إلى مراعاة أحوال المتلقين وهكذا .

بيد أن الاحتكام لهذه المنهجية يستوجب الالتزام بالتصور الإسلامي عند صياغة المضمون، وتحديد الأهداف المحورية الكبرى إذ الانسان هو الغاية والهدف وهو الاستثمار الإعلامي الحقيقي، لهذا يسعى إلى يسعى إلى المراهنة على ترك الأثر، على مستوى الأفكار والسلوكيات والتمثلات والادراكات المحيلة على الفرد والجماعة على حد سواء (دكاني، 2017)

إذا كان هذا هو الحال في الاتصال الدعوي في تأصيله ومرجعياته فالباحث في مجال الاتصال الدعوي من المفترض أن يستند إلى رؤية تأصيلية تمنعه من حالة الاغتراب المعرفي والمنهجي وتمكنه من تحديد موقعه بين خطوط الخريطة العامة لبحوث ودراسات الاتصال.

المقاصدية:

القصد: استقامة الطريق ومنها قوله تعالى: [وعلى الله قصد السبيل] النحل، أي تبين الطريق الصحيح، والحديث عن المقاصد يقودنا للحديث عن الشريعة وهي ما شرعه الله لعباده من الأحكام والعقائد والطريقة، وهي المعاني والغايات التي أرادها الشارع من أحكامه (باي، طرشاني، 2017)

إذا اعتبرنا أن مقاصد الشريعة من الأمور التي يجب على المسلمين والعالم السعي لتحقيقها على أرض الواقع والحفاظ عليها، ولما كان لابد لتحقيق هذه المقاصد من وسائل، فإن من خير الوسائل اليوم لتحقيق المقاصد ونشرها وسائل الاعلام بمختلف أنواعها، فالعمل الإعلامي وسيلة عظيمة لتحقيق مقاصد الشريعة الإسلامية، فهو مندرج تحت وسائل تحقيق المقاصد وأحكامها وتفصيلها التي تتميز بالسعة والمرونة والرحابة من أجل فتح أبواب المصالح المشروعة للناس وإغلاق المفاصل الممنوعة (العتيبي، مقاصد الشريعة والاعلام)

الضابط الأخلاقي:

من بين نقاط القوة للاتصال الدعوي هو ضابطه الأخلاقي، إذ أن الاعلام الوضعي المعاصر انفصل عن الدين والأخلاق لأسباب كثيرة بالمقابل الاعلام والاتصال الدعوي هو إعلام صدق وامانة وثقة ودقة وشمولية وموضوعية، وهو ما يجعله البديل الأفضل لإعلام اليوم.

النشاط الدعوي الاتصالي خلافا للنشاط الاتصالي العام يحمل الرقابة على الفعل الاتصالي رقابة ذاتية مرتكزة على الأخلاق والنظرية الإسلامية في الأخلاق نظرية فريدة عمدها الالتزام والمسؤولية والجزاء هذه المنطلقات المرجعية ثابتة ترفع من درجة المساءلة الذاتية للباحث في الاتصال الدعوي والالتزام بها مع توفر العدة المنهجية اللازمة يضمن له سلامة نتائجه معرفيا.

المحددات المنهجية:

وتنعكس هذه المحددات من خلال عنصرين:

التكامل في مناهج العلوم الاجتماعية والإنسانية عموما:

إن الوعي بالتداخل المنهجي بين علوم الاتصال والحقول المعرفية المحيطة يمثل قاعدة أساسية لاستيعاب علم الاتصال، وذلك المجال الذي يتداخل فيه النظري والتطبيقي، ويمتزج فيه الاجتماعي بالاقتصادي والتقني بالسياسي وتشكل حالات الإغراق في التواصل الفردي وإدما ن التكنولوجيا الاتصالية مجالات جديدة للبحوث، ويعرض تاريخ الاتصال كيف أن هذا الحقل ظل مفتوحا أمام الحركة البحثية ومن ثم يظل الخيار المنهجي الأفضل هو فتح الباب لاستمرار التواصل القائم بين التخصصات المهمة بدراسة الظاهرة الاتصالية.

التكامل بين الدعوة والاتصال ومن ثم التكامل بين بحوث الدعوة وبحوث الاتصال:

الحديث حول الاتصال الدعوي هو من جانب حديث عن الدعوة في سياقها المعاصر وحديث عن الاتصال في سياقه الإسلامي، وتتداخل هذه المتغيرات في البيئة الرقمية بفعل التطبيقات التكنولوجية المتلاحقة بما لا يدع المجال للشك في ارتباطهما المحقق، وينعكس هذا الأمر على الجهود البحثية المرجوة في مجال الاتصال الدعوي فبناء منظومة بحثية تأسيسية مسؤولية كبرى تتطلب أسسا منهجية علمية جادة وخبرة بحثية تراكمية في كل من تكامل البحث الدعوي بكلياته وفقهه وأولوياته والبحث الاتصالي بتقنياته ووسائله.

ولا ننسى هنا الإرث المنهجي لبحوث الاتصال بكل نقائصه وما ينبغي الانتباه لتدارك ما أمكن منها

المحددات البيئية:

تحديات البحث في الاتصال الدعوي في البيئة الرقمية جزء من تحديات العمل الدعوي في ظل هذه البيئة ككل وإن كان أبرزها

سادسا: مؤشرات توصيف بحوث الاتصال الدعوي في البيئة الرقمية:

مؤشرات موضوعية:

يمكن هنا تصنيف بحوث الاتصال الدعوي من خلال هذا المؤشر إلى بحوث: القائم بالاتصال، الرسالة، الوسيلة، المستقبل، الأثر اعتمادا على عناصر العملية الاتصالية والتي تنطبق بدورها على عناصر العملية الدعوية / كما يمكن تصنيفها إلى بحوث نظرية وأخرى تطبيقية.

مؤشرات منهجية:

المقاربات المنهجية المستخدمة في هذه البحوث الكمية والكيفية وأدوات جمع البيانات / وأدوات البحث في البيئة الرقمية.

مؤشرات نظرية:

المقاربات النظرية المستخدمة في هذه البحوث ومدى كفايتها لمعالجة مواضيع البيئة الرقمية.

سابعاً: تحليل النتائج

تميزت موضوعات الاتصال الدعوي المدرجة في البحوث عينة التحليل بـ:

_ خلط المفاهيم والمصطلحات: اتصال دعوي/ اعلام ديني/ اعلام إسلامي/ ما يمكن اعتباره ارتباطاً يشنت الجهود البحثية لتأسيس منظومة مفاهيمية ثابتة تخدم الفعل الدعوي في ظل تحديات اليوم

_ الاتجاه نحو البحوث النظرية وقلة البحوث التطبيقية: وإذا كانت بحوث الاعلام والاتصال عموماً تعاني من هذا الأمر فبحوث الاتصال الدعوي جعل منها بحوث مكررة وعظيمة تحمل الكثير من التكرار للخصائص التأصيلية لهذا الاتصال دون القدرة على تفعيلها في بحوث تطبيقية أي عدم القدرة على الانتقال مما يجب أن يكون إلى كيف يكون.

_ من جهة أخرى موضوعات هذه البحوث لا تتوافق مع معطيات البيئة الرقمية في قطيعة مع الاحداثيات الزمانية والبقاء رهن مواضيع التأثير والاستخدام في زمن الذكاء الاصطناعي وما يمكن أن يفرزه من مواضيع جديدة بالبحث كالانتحال والتحيز مما يجعل بحوث الاتصال الدعوي البديل الأفضل اليوم .

_ الاهتمام بدراسة المضامين بشكل جزئي محدود على حساب العناصر الاتصالية الأخرى وهو المنحى البحثي لهذا المجال في بداياته حيث كانت الدراسات التأصيلية المعيارية مثل: مضامين إعلامية في القرآن، التفسير الإعلامي للقرآن، أساليب الاتصال في السنة النبوية وغيرها كلها وثقت لرحلة بحث الاتصاليين عن موطئ قدم ضمن المجال البحثي الاتصالي.

_ عدم الاهتمام بدراسة بيئة الاتصال الدعوي على الرغم من القفزة الكبيرة في بيئة الاتصال الإنساني العام في حين أن ظهور الاعلام الجديد واكبه سلسلة من التحولات الأساسية العامة على صعيد الاهتمامات البحثية والموضوعات المطروحة على بساط البحث بشكل عام منها:

- التحول من التركيز على مفهوم الاستهلاك إلى مفهوم التفاعل
- التحول من التركيز على مفهوم المتلقي إلى مفهوم المستخدم
- التحول من مفهوم الجمهور العام إلى مفهوم الفرد الذي يتلقى المحتوى في شبه عزلة افتراضية
- التحول من البحوث التي تركز على التفاعل الذي يتم في إطار الجماعات إلى البحوث التي تركز على التفاعل الشبكي، أو تفاعل الفرد مع الآلة. (الإهامي، 2013)

- هذه الاعتبارات المبدئية أساسية في توجيه بحوث الاتصال الدعوي وفق عناصر البيئة الرقمية، خاصة أن العنصر الدعوي أو الديني يعرف بدوره رهانات أخرى تتطلب تجديد البحث.

على مستوى المقاربات المنهجية:

فرض الانتشار السريع للمنصات والشبكات الاجتماعية، ضرورة اعتماد طرق جديدة في عملية البحث العلمي، حيث تغير وجه الإعلام في العالم، وهو ما يسميه البعض بالثورة الرقمية"، مما يدعو إلى إعادة النظر في هيكلية كثير من المجالات في الصحافة وعلوم الإخبار، حيث أصبح الرقمي خلفية علمية وأساسية لمجالات المعلومات والاتصال.

ومن خلال نتائج الدراسة على مستوى المقاربات المنهجية المعتمدة تميزت البحوث المعتمدة في التحليل على سياق واحد وهو البحث الوصفي بأدواته التقليدية مسح المضمون، مسح الجمهور، حتى في مواضيع البيئة الرقمية، في غياب تام لمختلف المقاربات المنهجية الملائمة للبيئة الرقمية فكيف تعالج موضوعا رقميا بعدة منهجية تقليدية يقول نصر الدين لعياضي أن الاتجاه حاليا هو نحو مزج النظريات المتناسلة من براديجمات مختلفة ومتباينة لدراسة الميديا في السياق الرقمي وذلك ضمن مايسمى بالمنحى التقنو*اقتصادي وهو ما يفتح الباب لمزيد من الاستفادة من جهة أخرى النظريات المتجذرة لدراسة الميديا والتي لا تقرأ ما يجري جمعه من بيانات بناء على نظرية قائمة وانما تحاول استقراؤه من أجل صياغة نظرية قادرة على تفسير الموقف الاتصالي(لعياضي، 2023)

_ تحليل الشبكات كاستخدامه لفهم انتشار الخطاب الدعوي عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتحديد أكثر الشخصيات أو الوسوم تأثيرا مما يساعد في دراسة العلاقة بين المؤثرين الدعويين والجمهور
_ تحليل المشاعر

_الاثنوغرافيا الرقمية

_ المناهج الافتراضية

_ المناهج الحاسوبية

_ المناهج المختلطة.

_ غلبة المناهج الكمية في نسختها التقليدية على حساب المناهج الملائمة

ويمكن بالمقابل الاستفادة من التحولات التي شهدتها بحوث الاتصال عموما على المستوى المنهجي: (إلهامي،

(2013)

- _ التحول من التركيز على التحليل الكمي إلى التحليل الكيفي للرسائل الاتصالية.
- _ الاتجاه إلى توظيف أساليب الملاحظة بالمشاركة التي تستند على قيام الباحث بالانخراط في خبرات ومجموعات الاتصال الشبكي بمختلف أشكاله
- _ التوسع في توظيف مناهج التحليل اللغوي والنصي لرسائل الاعلام الجديد.
- _ دراسات المستخدم النشط وكيفية تلقيه للمعلومة
- _ عالمية المدخل المعلوماتي وإمكانية وصول الرسالة الدعوية
- _ تخصيص الجمهور بما يخدم أهداف الدعوة وتصميم الرسالة الدعوية الاتصالية المناسبة له.. / تأثير تحيزات الخوارزميات في وصول الرسالة الدعوية / استخدام الروبوتات والمساعدات الافتراضية (مثل Chabots) في الردود الفورية على الأسئلة الشرعية.
- _ تحليل أنماط التفاعل مع الخطب والدروس الإلكترونية (الإعجابات، التعليقات، المشاركات). مقارنة تأثير الخطب المسجدية قابل الخطب الرقمية في تشكيل الرأي الديني.
- التطور السريع للمحتوى والوسائل البيئية الرقمية متغيرة باستمرار، مما يجعل الدراسات تحتاج إلى تحديث مستمر لمواكبة المستجدات في المنصات الرقمية والخوارزميات.
- على مستوى المقاربات النظرية:
- يلاحظ على البحوث المعتمدة قلة الاستفادة من النظريات التقليدية على الرغم من عدم كفايتها لمعالجة ظواهر البيئة الرقمية وغياب لنظريات مستخدمة في بيئة الاتصال الرقمي مثل سوسيولوجيا الاستخدام / نظريات الفوضى/ نظريات التلقي في البيئة الرقمية
- ولعله من نافلة القول أن نشير إلى أن مشكلة المقرب النظري في البيئة الرقمية متعلقة بمختلف بحوث الاعلام والاتصال بشكل عام ومن ملامح ذلك أن التغيرات الجوهرية التي طرأت على بنية الظاهرة الإعلامية كشفت عن عدم وجود مقولات نظرية تتسم بقدر من الاستقرار النسبي لتفسير الظواهر وتفاعلاتها، وهو ما يبرز عندما ينغلق البحث على أهداف وحدود الوصف دون تجاوزها إلى التفسير والتحليل أو تطبيق الباحث لإطار نظري لا يتناسب وطبيعة الظاهرة المدروسة فضلاً عن الخلل في توظيف العلاقة بين المنهج والنظرية (عبد المجيد، 2013)
- عدم الانتباه للسياق الثقافي والفكري للنظريات الاتصالية المستخدمة بشكل قد يتعارض مع أصالة الاتصال الدعوي

من أمثلة المقرب النظري الملائم نجد:

_ في موضوع تحول الدعوة الإسلامية من المساجد والقنوات الفضائية إلى البث المباشر على يوتيوب وتيك توك. في إطار الحتمية التكنولوجية، كيف يتم تأطير قضايا الإسلاموفوبيا والدفاع عن الإسلام عبر الإعلام الرقمي؟

_ تحليل تفاعل الجمهور مع التغريدات على منصة إكس في إطار التفاعلية الرمزية /دراسة تأثير الضغط الاجتماعي في البيئة الرقمية على حرية التعبير عن القضايا الدينية. في إطار دوامة الصوت وهكذا

خلاصة:

ومن خلال ما سبق يمكن القول إن البحث في الاتصال الدعوي يحتاج تأكيداً وتحيناً لأولوياته البحثية بما يخدم الفرد والمجتمع المسلم وبما يحقق الغاية منه كما أنه يحتاج إلى ضرورة استخدام أدوات البحث الملائمة للبيئة الرقمية سواء مناهج وأدوات نوعية أو تلك التي تعتمد على المناهج والأدوات الحاسوبية التي من شأنها أن تحدث قفزة نوعية في جودة البحوث، وذلك في سياق مقرب نظري مناسب، هذه النظريات توفر إطاراً نظرياً قوياً لفهم كيفية تطور الاتصال الدعوي في البيئة الرقمية، وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي والتقنيات الحديثة على نشر الخطاب الإسلامي والتفاعل معه. يمكن للباحثين استخدامها في تحليل التوجهات الجديدة للخطاب الدعوي الرقمي، استراتيجيات التأثير، والتحديات التي تواجه الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت.

قائمة المراجع:

- _ إلهامي، حسام، وآخرون، اتجاهات وتيارات البحث في الإعلام الجديد: نحو بناء أجندة بحثية مقترحة، مناهج البحث في الاعلام الجديد، شركة الوابل الصيب، 2013
- _ عبد المجيد، مها، مدخل إلى إشكالية النظرية في بحوث الاعلام الجديد، مناهج البحث في الاعلام الجديد، شركة الوابل الصيب، 2013
- _ لطفي دكاني، البعد الأخلاقي والحضاري في الاعلام الإسلامي، مجلة روافد للبحوث والدراسات، ع3، جامعة غرداية، 2017
- _ المحمودي، محمد سرحان علي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، صنعاء، 2019.
- _ حمدي، محمد الفاتح وآخرون، نظريات الاتصال في البيئة الرقمية، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2024.
- _ عدوي، عبد الله، مدخل إلى الاتصال الدعوي، أمانة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2020.
- _ بن سعدي، سهام، الاتصال الدعوي المعاصر في ضوء التجديد، مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، م6، ع1، 2002.
- _ هواري، سميرة، الوظيفة الدعوية الإعلامية للاتصال في القرآن الكريم، المعيار، مج22، ع44، قسنطينة، 2018.
- _ عبد العالي، باي زكوب وطرشاني، ياسر محمد عبد الرحمن، وسائل الاعلام في ضوء التربية الإسلامية دراسة قرآنية مقاصدية، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، مج1، ع1، 2017
- _ العتيبي، خالد بن بن عواض الجعيد، مقاصد الشريعة والاعلام
- _ لعياضي، نصر الدين، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال في السياق الرقمي: خلاف واختلاف، مناهج الحث في علوم الاعلام والاتصال، المشكلات النظرية والتطبيقية، مركز الجزيرة للدراسات، 2023.