

Da'wah Methods in Al-Madkhal ila 'Ilm ad-Da'wah in the Digital Era

الأساليب الدعوية بكتاب المدخل للدعوة وتطبيقاتها بالعصر الرقمي المعاصر

Najib Mahfuzh Khalid¹, Ahmed Abdelrazek El-Khatib², Sufyan Tsauri³

^{1 2 3} Institut Muslim Cendekia, Sukabumi, Indonesia

E-Mail: najibmahfuzhkhaliid@gmail.com¹ ahmadalkhotib1973@gmail.com²;

sufyan.tsauri@edu.mc.ac.id³

Submission: 13-05-2026

Revised: 14-05-2026

Accepted: 15-05-2026

Published: 28-05-2026

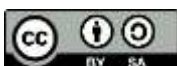
Abstract

This study examines the relevance of da'wah methods formulated by Shaykh Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni in his book Al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'wah within the context of the digital era. The rapid development of digital technology has profoundly transformed Islamic preaching patterns, demanding adaptive and contextually appropriate approaches. Using a qualitative library research methodology, data were collected from the primary source—Al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'wah—alongside secondary literature on da'wah studies and digital communication, analyzed through a descriptive-analytical method. The findings reveal that al-Bayanuni's three principal methods—hikmah (wisdom), maw'izah hasanah (good exhortation), and mujadalah bi al-lati hiya ahsan (dialogue with best argument)—remain theoretically relevant in the digital era as they align with key digital media characteristics such as interactivity, openness, and audience diversity. These methods can be adapted to digital formats including educational podcasts, short motivational videos, and live-streaming dialogues. The study concludes that al-Bayanuni's framework possesses comprehensive, flexible characteristics making it applicable to contemporary digital da'wah when properly understood and implemented.

Keywords: Al-Bayanuni; Da'wah Methods; Digital Age; Hikmah; Islamic Communication

Abstrak

Studi ini mengkaji relevansi metode dakwah yang dirumuskan oleh Syaikh Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni dalam kitab Al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'wah pada konteks perkembangan era digital kontemporer. Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah pola komunikasi serta cara penyebaran pesan dakwah Islam secara signifikan, sehingga menuntut pendekatan dakwah yang adaptif, efektif, dan kontekstual sesuai karakteristik masyarakat digital. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (library research) dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh dari sumber primer berupa kitab Al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'wah serta berbagai literatur sekunder yang berkaitan dengan studi dakwah, komunikasi digital, dan media sosial. Analisis dilakukan menggunakan metode deskriptif-analitis untuk memahami relevansi konsep dakwah al-Bayanuni dalam ruang digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode hikmah, mau'izhah hasanah, dan mujadalah bi al-lati hiya ahsan



tetap relevan dan dapat diimplementasikan melalui media digital seperti podcast edukatif, video singkat inspiratif, webinar interaktif, serta dialog siaran langsung di media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kerangka dakwah al-Bayanuni bersifat fleksibel, komprehensif, dan mampu menjawab tantangan dakwah digital modern.

Kata kunci : Al-Bayanuni; Era Digital; Hikmah; Komunikasi Islam; Metode Dakwah

ملخص البحث

تتناول هذه الدراسة أساليب الدعوة عند الشيخ محمد أبي الفتح البيانوني في كتابه المدخل إلى علم الدعوة ومدى صلاحيتها للتطبيق في العصر الرقمي المعاصر. وتهدف الدراسة إلى بيان الأسس النظرية والمنهجية التي اعتمدها البيانوني في صياغة أساليب الدعوة الإسلامية، مع الكشف عن مدى قدرتها على مواكبة التحولات التي أحدثتها وسائل الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي. وتعتمد الدراسة المنهج الكيفي من خلال البحث المكتبي، حيث جُمعت البيانات من المصادر الأصلية والمراجع العلمية المتعلقة بعلم الدعوة والاتصال الرقمي، ثم خللت باستخدام المنهج الوصفي التحليلي. وقد أظهرت نتائج البحث أن أساليب الدعوة الثلاثة عند البيانوني، وهي الحكمة والموعظة الحسنة والمجادلة بالتي هي أحسن، لا تزال تتمتع بقدر كبير من الفاعلية في البيئة الرقمية الحديثة، لما تتسم به من مرونة وتوازن وقدرة على مخاطبة مختلف شرائح المجتمع. كما بينت الدراسة أن هذه الأساليب تنسجم مع خصائص الإعلام الرقمي مثل التفاعلية والانفتاح وسرعة انتشار المعلومات، مما يجعلها قابلة للتطبيق في الدعوة الرقمية المعاصرة إذا أُحسن توظيفها وفق ضوابط الشريعة الإسلامية ومقاصدها الدعوية.

الكلمات المفتاحية: الأساليب الدعوية (١)، البيانوني (٢)، الحكمة (٣)، الدعوة الرقمية (٤)، العصر الرقمي (٥).

المقدمة

تُعَدُّ الدعوة الإسلامية ركيزةً أساسية في الحضارة الإسلامية، إذ تهدف إلى نشر قيم التوحيد والأخلاق والهداية في أرجاء العالم. وفي عالمنا اليوم، تجاوزت الدعوة نطاق الخطب والمحاضرات لتصبح عملية تواصلية تكيفية تسعى إلى الوصول إلى القلوب المتغيرة باستمرار. وفي ظل موجة العولمة والرقمنة، انتقل ميدان الدعوة إلى الفضاء الرقمي، حيث تحتاج الرسائل الدينية إلى القدرة على المنافسة وسط تدفق المحتوى الرقمي المتواصل (Nadia & Rifa'i 2025).

وتُشير الدراسات الحديثة إلى أن الدعوة الرقمية تكون فعّالة حين تُخصَّص لخصائص الجمهور المستهدف؛ غير أن جودة المحتوى ومصادقية الداعية تبقيان عاملين حاسمين في نجاح هذه الدعوة. ولجعل الرسالة أكثر قبولاً، يرى (Mustawi 2024) ضرورة أن يكون نهج الدعوة الرقمية تفاعلياً وسياقياً متعدد الوسائط. ومن أبرز إشكاليات الدعوة الرقمية أن بعض الدعاة باتوا يميلون نحو الخطاب المتشدد أو القاسي سعياً لاستقطاب الانتباه، فأفقدوا الدعوة

جوهرها القائم على الحكمة والموعظة الحسنة.

ويرى (Srigita & Rifa'i 2025) أن هذه الأساليب تُضعف الدعوة وقد تُثير الانقسام بدلاً من بناء الوعي. وهنا تبرز أهمية الرجوع إلى ما أرساه البيانوني في كتابه المدخل إلى علم الدعوة من منظومة متكاملة للأساليب الدعوية. و قد ناقشت دراسات سابقة موضوع الدعوة الرقمية من زوايا متعددة؛ فقد تناولت دراسة (Aulia 2024) أسلوب الدعوة الذي يقدمه الشيخ إزات صالح جيلاني عبر قناة يوتيوب مستخدمةً إطار البيانوني. وركزت دراسة (Nashwa 2024) على قناة يوتيوب "صحبة للتقاسم" محللةً إياها وفق المناهج الثلاثة للبيانوني. أما (AINUROHMAH 2025) فدرست حساب إنستغرام @ruangnderes بوصفه نموذجاً للدعوة البصرية. ودرس (Mawardi 2023) عملية الدعوة في حساب @akhlaqpedia من منظور الإعلام السيبراني. ويتميز هذا البحث بكونه يجمع بين الأصالة والمعاصرة، إذ يدرس أساليب البيانوني من خلال كتابه المدخل مباشرةً، ثم يسعى إلى تطبيقها على واقع الدعوة الرقمية، مقدماً إضافةً جديدة بالربط المنهجي بين النظرية الكلاسيكية والممارسة الرقمية المعاصرة. وتزداد أهمية هذا البحث في ضوء ما أشار إليه (Dinda Rizky Amalia & Wahyu Ziaulhaq 2022) من أن الحفاظ على جوهر الرسالة الدعوية بعيداً عن تشويه خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي يمثل التحدي الأكبر للدعاة المعاصرين. ومن ثمَّ يهدف هذا البحث إلى: (١) وصف أساليب الدعوة التي عرضها البيانوني في كتابه المدخل إلى علم الدعوة، و(٢) كيفية تطبيق هذه الأساليب في واقع الدعوة عبر الوسائط الرقمية الحديثة. وفائدة هذا البحث تتمثل في بيان مدى ملاءمة أساليب الدعوة عند الشيخ محمد أبي الفتح البيانوني في كتابه المدخل إلى علم الدعوة للعصر الرقمي الحديث، من خلال الربط بين التأصيل الدعوي الكلاسيكي ووسائل الإعلام الرقمية المعاصرة. كما يُتوقع أن تُسهم هذه الدراسة في إثراء الدراسات الأكاديمية في مجال الدعوة والإعلام الإسلامي، وأن تساعد الدعاة وصنّاع المحتوى الرقمي على تطبيق أساليب دعوية أكثر فاعلية وأخلاقية بما يوافق الضوابط الشرعية ومتطلبات العصر الحديث.

منهج البحث

ينتمي هذا البحث إلى البحوث النوعية القائمة على منهج البحث المكتبي (Library Research)، إذ يعتمد على تحليل المصادر المكتوبة ذات الصلة بموضوع الدراسة (Sugiyono 2017). وقد استخدم الباحث المنهج

الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف الظاهرة المدروسة وصفاً دقيقاً، ثم تحليلها للكشف عن خصائصها ودلالاتها (Fadli 2021).

وتتوزع مصادر البيانات على مستويين: أولاً، المصادر الأولية المتمثلة في كتاب المدخل إلى علم الدعوة للشيخ محمد أبي الفتح البيانوني (1995 Albayanuni) بوصفه الأساس الذي تُبنى عليه المفاهيم وتصنيف الأساليب الدعوية. ثانياً، المصادر الثانوية الشاملة للكتب الدعوية المعاصرة والدراسات الأكاديمية والرسائل الجامعية والمقالات المرتبطة بالدعوة الرقمية من أبرزها: (Asbi et al. 2025) و (AINUROHMAH 2025) و (Mawardi 2023). واعتمد جمع البيانات على التوثيق (Documentation) بوصفه الأداة الرئيسة، ويتمثل في استخراج المفاهيم والأساليب الدعوية من نصوص المصادر الأولية والثانوية، ثم مقارنتها وتحليلها بصورة منهجية (Triyono 2021) وقد مرّت عملية تحليل البيانات بثلاث مراحل رئيسة: مرحلة الجمع والتصنيف، ومرحلة العرض والتحليل الوصفي، ومرحلة استخلاص النتائج بعد المراجعة الدقيقة والمقارنة المنهجية (Miles, Matthew B. and Huberman 1994).

النتائج والمناقشة

أ. نتائج البحث

١. لمحة عن كتاب المدخل إلى علم الدعوة وصاحبه

الشيخ محمد أبو الفتح البيانوني عالم سوري وُلد عام ١٩٤٠م/١٣٥٩هـ في مدينة حلب، نشأ في أسرة علمية دعوية عريقة في كنف والده الشيخ أحمد عز الدين البيانوني أحد كبار علماء حلب. تتلمذ على مشايخ شام ومصر والجزيرة العربية، وحصل على إجازات علمية رفيعة من كبار العلماء كالشيخ عبد الفتاح أبو غدة رحمه الله. ولكتاب المدخل إلى علم الدعوة مكانة بارزة في حقل الدراسات الدعوية، إذ جعل مقررًا في الجامعة الأزهرية وعدد كبير من الجامعات الإسلامية حول العالم.

يتناول كتاب المدخل إلى علم الدعوة عرضاً جامعاً لمفهوم الدعوة وأصولها ومنهجها وأساليبها ووسائلها، معالجاً قضايا الدعوة معالجةً علمية تجمع بين التأصيل الشرعي المستمد من

القرآن الكريم والسنة النبوية وبين التحليل السياقي لواقع الدعوة المعاصرة. ويتميز الكتاب باتباعه منهجاً علمياً واضحاً وحسن تنظيمه وتسلسل أفكاره، مما يجعله مرجعاً أساسياً للباحثين وطلبة العلم (Albayanuni 1955).

٢. أساليب الدعوة عند البيانوني

يُوصَلُ البيانوني منظومته المنهجية على قوله تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ (النحل: ١٢٥). ويرى الإمام الطرطبي في الجامع لأحكام القرآن أن هذه الآية "أصل في الدعوة إلى الله، وهي جامعة لطرق الدعوة كلها" (Al Qurtubi). ويُفسّر الإمام ابن كثير الحكمة بأنها تبليغ الدعوة بالعلم الصحيح والفهم السليم والاستدلال الدقيق، والموعظة الحسنة بأنها الترغيب والترهيب الذي يلمس القلوب، والجدال بالتي هي أحسن بأنه الحوار الهادئ المؤدّب الصادق (Ibn Katsir).

يُصنّفُ البيانوني أساليب الدعوة في ثلاثة مناهج متكاملة: (١) المنهج العقلي المتمثل في الحكمة، وهو الاستخدام العقلاني المنطقي لإقناع الناس بالحق عبر تقديم الأدلة والبراهين بشكل منهجي. (٢) المنهج العاطفي المتمثل في الموعظة الحسنة، وهو لمس القلوب وتحفيز المشاعر الإيمانية بالقصص التربوية والأمثلة الحياتية. (٣) المنهج الجدلي المتمثل في المجادلة بالتي هي أحسن، وهو الحوار والنقاش بأسلوب لطيف ومحترم بعيداً عن السخرية والهجوم (Al Bayanuni 1955). وتتكامل هذه المناهج لتقديم رسالة الدعوة بأسلوب متوازن يشمل العقل والعاطفة والحوار البناء.

٣. علاقة أساليب البيانوني بالدعوة الرقمية

قبل الخوض في تفاصيل التطبيق، ثمة حقيقة منهجية راسخة ينبغي استحضارها: إن تغيّر وسائل الدعوة لا يعني تغيّر حقيقتها أو مقاصدها. فالبيانوني يؤكد أن وسائل الدعوة (وسائل الدعوة) متحركة ومتجددة بطبيعتها ما دامت منضبطة بضوابط الشريعة الإسلامية. ومن هذا المنطلق، يمكن النظر إلى الوسائط الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات المرئية والبودكاست—بوصفها امتداداً وظيفياً للوسائل الدعوية التقليدية كالمنبر ومجالس العلم (Al Bayanuni 1955).

ويتقاطع هذا الفهم مع ما أكدّه شيخ الإسلام ابن تيمية من أن الحكمة في الدعوة تقتضي معرفة مراتب المصالح والمفاسد، وأن الداعية الحكيم هو من يُحسن الموازنة بين الأولويات وفق ما تقتضيه الأحوال. ويُثبت ذلك أن مبادئ البيانوني في الحكمة والموعظة الحسنة والحوار البناء تظل مرتكزات أساسية للخطاب الدعوي في أي عصر، وأن الوسائط الرقمية أدوات حديثة تُسهم في توسيع نطاق الدعوة وزيادة فاعليتها. وقد أكد (Hidayat & Nuri 2024) في مراجعتهم الأدبية أن أساليب الدعوة الكلاسيكية تحتاج إلى إعادة صياغة سياقية لا قطيعة لتكون فاعلة في النظام البيئي الرقمي.

٤. تطبيق أسلوب الحكمة في العصر الرقمي

يُعرّف البيانوني الحكمة بأنها "العلم النافع المترجم إلى عمل مُصيب، يُوضع في محله الصحيح، وبقدره الصحيح" (Al Bayanuni 1955). ويفرض هذا التعريف على الداعية ثلاثة أبعاد عملية: صحة المضمون، وملاءمة السياق، والتناسب في الكم والكيف.

وفي البيئة الرقمية التي تتسم بـ"قصر مدى الانتباه" (Short Attention Span) لدى الجمهور، تتجلى الحكمة في ثلاثة مرتكزات:

أولها: ترتيب الأولويات (التدرج في الطرح)، إذ يؤكد البيانوني ضرورة تقديم الأهم على المهم، وتقديم درء المفاسد على جلب المصالح. وفي سياق وسائل التواصل الاجتماعي التي تعجّ بالتدفق المعلوماتي المفرط، يعني هذا توجيه الداعية نحو تعزيز الوعي الديني الأساسي ومكافحة الأخبار المضللة قبل السعي نحو الانتشار الواسع. وقد أثبتت دراسة (Puja Dikusuma Mardiana 2025) أن مصداقية الداعية الرقمي تعتمد على قدرته في انتقاء المعلومات الأكثر إلحاحًا، بما يسهم في بناء الثقة وسط فيض هائل من المعلومات.

وثانيها مبدأ التدرج في الخطاب الرقمي؛ إذ يُرسّخ البيانوني مبدأ التدرج على نزول القرآن الكريم منجّمًا وعلى سياسة النبي ﷺ في التأجيل مراعاةً للحالة النفسية. وفي المنصات الرقمية، يتجلى هذا المبدأ في استراتيجية التعلم المصغّر (Micro-learning): تقسيم المادة الدعوية إلى وحدات صغيرة

مترابطة تُقدّم بشكل تدريجي، كإنتاج سلاسل فيديو قصيرة متسلسلة. وتؤكد دراسة (Asbi et al. 2025) أن نجاح الدعوة الرقمية يرتبط بقدرتها على الابتكار التكيفي الذي يتيح تلقي الرسائل بصورة طبيعية وتدرجية.

وثالثها مراعاة حال المدعو وتنوع المنصات؛ فالبيانوني يؤكد أن المنهج الدعوي لا يُوصف بالحكمة إذا سوى بين مختلف الأحوال والظروف. ويُترجم هذا في الفضاء الرقمي إلى "تقسيم الجمهور" (Audience Segmentation) وفق طبيعة كل منصة: فمنصات تيك توك وإنستغرام تستدعي المنهج العاطفي باللغة البسيطة والمحتوى البصري الجذاب للوصول إلى الشباب، بينما تستدعي منصات مثل LinkedIn خطاباً أعمق وأكثر رسميةً يُخاطب الجمهور المثقف. وقد أثبتت دراسة (AINUROHMAH 2025) أن تبسيط الرسائل الدعوية عبر المحتوى المرئي يُعدّ أكثر الأساليب فاعلية للوصول إلى الجمهور الرقمي وتعزيز تفاعله.

٥. تطبيق أسلوب الموعظة الحسنة في العصر الرقمي

يرتكز تطبيق منهج الموعظة الحسنة على جوهر النصيحة بوصفها أداةً تربوية تهدف إلى تذكير المتلقي بعواقب أفعاله. ويؤكد البيانوني أن فاعلية الموعظة لا تتوقف على صحة مضمونها فحسب، بل ترتبط ارتباطاً وثيقاً بجودة أسلوبها وحسن عرضها—وهو ما يُعبّر عنه بمفهوم "الحسنة" المتجلى في أسلوب الواعظ وطريقة خطابه (Al Bayanuni 1955).

وفي الفضاء الرقمي المتسم بسرعة التفاعل وحدة الاستجابة، يفرض هذا المنهج على الداعية تقديم رسالته في إطار النصيحة التي تتسم بالإخلاص والبعد عن الإدانة والتوبيخ المباشر. وقد أوضحت دراسة (Maimunah 2023) أن الرسائل المصاغة بلطف وبعيداً عن الإقصاء تُستقبل بوصفها تعبيراً عن المحبة لا اعتداءً على الكرامة، بينما تُنشّط الرسائل التي تنطوي على نبرة الحكم آليات الدفاع النفسي (Psychological Barriers) لدى المتلقي. وهذا الفهم يتوافق مع قوله تعالى في أمره لموسى وهارون عند مواجهة فرعون: ﴿فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لِّنَا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى﴾ (طه: ٤٤)، إذ فسّر ابن كثير هذا الأمر بـ"لا تغلظا عليه في القول" (ابن كثير ١٩٩٨، ٥: ٢٩٤).

وتتجلى الصور التطبيقية للموعظة الحسنة في الفضاء الرقمي في عدة أشكال: الاعتماد على السرد القصصي الإسلامي الذي يستدعي التأمل والتفكير، وتقديم القيم الإسلامية من خلال نماذج واقعية ومُلهمّة، واستخدام لغة شاملة غير إقصائية، والاستجابة للمتابعين بأسلوب رقيق يعكس الحرص على هدايتهم لا إدانتهم، مع توظيف الوسائط الرقمية الحديثة بطريقة تُسهم في ترسيخ الرسالة الدعوية وتعزيز التفاعل الإيجابي مع المحتوى المقدم. وقد أثبتت دراسة (AINUROHMAH 2025) في تحليلها لحساب إنستغرام @ruangnderes أن المحتوى الذي يُوظف الصور والسرد العاطفي المؤثر يرفع دافعية الجمهور بصورة ملموسة، ويُسهم في تعزيز التفاعل مع الرسائل الدعوية من خلال تقريب المعاني الدينية إلى الواقع اليومي للمتابعين. كما بيّنت الدراسة أن الأسلوب الوجداني المعتدل يساعد على بناء علاقة تواصلية أكثر قربًا وتأثيرًا بين الداعية والجمهور داخل المنصات الرقمية.

٦. تطبيق أسلوب المجادلة بالتي هي أحسن في العصر الرقمي

يُعرّف أسلوب المجادلة في اللغة بالمناقشة والمخاصمة، وفي الاصطلاح الدعوي بدفع الشبهة وإظهار الحق بالحجة والبرهان. ويُتميّز العلماء بين الجدال الممدوح وهو ما كان لإحقاق الحق بأسلوب سليم والجدال المذموم الذي يقصد الغلبة والخصومة دون طلب الحق. وقد قدّمت الآية الكريمة الحكمة والموعظة الحسنة على المجادلة، مما يُشير إلى أن هذا الأسلوب يُلجأ إليه عند الحاجة لدفع الشبهات لا بصفة مستمرة (Al Bayanuni 1955).

وفي تطبيق هذا الأسلوب عبر وسائل التواصل الاجتماعي ثمة أربعة محاور رئيسة: الأول، أساس المعرفة والتحقق قبل التفاعل؛ فالجدال بغير معرفة باطل، ومن ثمّ ينبغي للداعية قبل الدخول في نقاش رقمي التثبت التام من الحقائق والتحقق من المصادر (Husnia Amro Br Sinaga & Anang 2025). والثاني، إقامة الحجة بصورة منظمة؛ إذ يمكن توظيف خاصية "Thread" في تويتر/X أو "Carousel" في إنستغرام لتقديم الحجج نقطةً نقطةً (Bernstein 2025). والثالث، آداب الجدال الرقمي (Internet Etiquette)؛ فالهدف ليس إهانة المخالف علنًا بل تقديم "شفاء القلوب" لمن يشهد النقاش. يقول ابن تيمية: "إن الإنسان إذا اتبع العدل نُصر على خصمه، وإذا خرج عنه

طمع فيه خصمه. والرابع، التمييز بين القابل والمعارض؛ فالبيانوي يُفرّق بين التعامل مع من يبحث عن الهداية بأسلوب إرشادي احتوائي وبين مواجهة المستفزّ الرقمي الذي قد تقتضي الحكمة الإعراض عنه إذا كان النقاش سيُفضي إلى مفسدة أكبر، عملاً بقاعدة درء المفاسد مقدّم على جلب المصالح.

٧. التكامل المنهجي بين الأساليب الثلاثة في الدعوة الرقمية

يُعَدّ التكامل بين الأساليب الثلاثة الحكمة والموعظة الحسنة والمجادلة بالتي هي أحسن المميّز الجوهري لمنهج البيانوي عن غيره من المناهج الدعوية. فليس الأمر اختياراً بين هذه الأساليب، بل مزجاً متوازناً يقتضيه الموقف ويُحدده السياق. والداعية الرقمي المتمكن هو من يُحسن الانتقال السلس بين هذه الأساليب بحسب طبيعة الجمهور والمنصة والقضية المطروحة.

وتوضح الدراسات أن أكثر المحتوى الدعوي الرقمي تأثيراً هو الذي يجمع بين ثلاثة عناصر في آنٍ واحد: عمق المضمون (الحكمة)، وجمال الأسلوب (الموعظة الحسنة)، والقدرة على الإجابة عن التساؤلات (المجادلة). فمن دون الحكمة يغدو المحتوى سطحيّاً وإن كان جميلاً، ومن دون الموعظة الحسنة يُنْفَر المتلقي وإن كان صحيحاً، ومن دون القدرة على مواجهة الشبهات يظل الخطاب قاصراً عن التأثير في عقول المتشكّكين.

ويتجلى هذا التكامل تطبيقياً في نموذج الداعية الرقمي الذي يُنتج محتوى متسلسلاً يبدأ بمقطع قصير جذاب (موعظة حسنة)، يشرح فيه قضية دينية بلغة بسيطة مناسبة للجمهور (حكمة)، ثم يستجيب للتعليقات والتساؤلات بأسلوب هادئ ومحترم (مجادلة بالتي هي أحسن). هذا النموذج الثلاثي هو ما يجعل الدعوة الرقمية قادرةً على التأثير الحقيقي لا الانتشار السطحي فحسب.

٨. تحديات الدعوة الرقمية في ضوء منهج البيانوي:

لا تخلو الدعوة الرقمية من تحديات جوهرية تواجه الداعية المعاصر، ومنهج البيانوي يُقدّم لنا إطاراً لفهم هذه التحديات والتعامل معها. ومن أبرز هذه التحديات: أولاً تحدي الانتقائية الخوارزمية تميل خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي إلى تعزيز المحتوى المثير والمتطرف على حساب المحتوى المتوازن والعميق، مما يضعف الداعية أمام معضلة بين الأصالة والانتشار (Amin 2025)، ثانياً: تحدي الفوضى المعلوماتية انتشار الأخبار الكاذبة والفتاوى المتسرعة عبر الإنترنت يُضعف مصداقية المحتوى الدعوي الأصيل ويُلبس الحق بالباطل لدى المتلقين. كما أن تصدّر غير المتخصصين للحديث في

القضايا الشرعية دون التحقق من المصادر الموثوقة يسهم في نشر المفاهيم الخاطئة ويؤثر سلباً على وعي المجتمع الديني والفكري (Mahmuddin & Nasriah 2021).

ثالثاً: تحدي التشويه والانتزاع من السياق يسهل في البيئة الرقمية اقتطاع مقاطع من محاضرات أو مقالات وإعادة توظيفها في سياقات مغايرة لإيهام المتلقي بمواقف لم يقلها الداعية (Bramantyo et al. 2024)، رابعاً: تحدي سطحية التفاعل قد يتحول التفاعل الرقمي إلى مجرد "إعجاب" و"مشاركة" دون أثر حقيقي في السلوك والالتزام الديني للمتلقي (Ummah 2023).

وللتعامل مع هذه التحديات في ضوء منهج البيانوني، يُوصي البحث بما يلي: التركيز على بناء المصداقية عبر الدقة والتوثيق المنهجي، وتطوير استراتيجيات محتوى تُراعي خصائص كل منصة دون المساس بجوهر الرسالة الدعوية، وبناء شبكات من الدعاة الرقميين المتخصصين الذين يتعاونون على تصحيح المعلومات المضللة ومواجهة الفكر الضار بالأساليب الدعوية الصحيحة. (Aziz & Mursalin 2025)

خلاصة البحث

خلص هذا البحث إلى جملة من النتائج المحورية المرتبطة بفاعلية أساليب الدعوة في العصر الرقمي المعاصر. وقد تبين أن أساليب الدعوة الثلاثة عند البيانوني، وهي الحكمة والموعظة الحسنة والمجادلة بالتي هي أحسن، لا تمثل مجرد تقسيمات نظرية أو مفاهيم تجريدية، بل تُشكّل إطاراً عملياً متكاملًا يقوم على فهم واقع المدعو ومراعاة اختلاف البيئات والثقافات ومستويات الوعي، مع القدرة على تكييف الخطاب الدعوي بحسب المقام والسياق ووسيلة التواصل المستخدمة.

وتتسم هذه الأساليب بالشمول والمرونة، مما يجعلها صالحة لتوجيه العمل الدعوي في البيئة الرقمية الحديثة؛ فالحكمة تُسهم في ترشيد المحتوى الدعوي وتحديد أولوياته، وتمنع الانشغال بالقضايا الهامشية، بينما تُرَسِّخ الموعظة الحسنة قيم الرحمة واللين والتأثير الوجداني الإيجابي في الخطاب الرقمي، وتُقدِّم المجادلة بالتي هي أحسن نموذجاً راقياً للحوار الإلكتروني القائم على الاحترام والإقناع بعيداً عن التعصب والإساءة.

كما تؤكد الدراسة أن انتقال وسائل الدعوة من المنبر التقليدي إلى البودكاست والفيديو القصير والبث المباشر لا يُغيّر من المبادئ المنهجية للدعوة، بل يتطلب فهمًا أعمق لهذه المبادئ وتوظيفًا أكثر إبداعًا ووعيًا بخصائص الإعلام الرقمي. ويوصي البحث بضرورة الجمع بين الكفاءة التقنية الرقمية والتأصيل المنهجي المستمد من التراث الدعوي الإسلامي، مع الدعوة إلى إجراء دراسات تطبيقية مستقبلية تقيس فاعلية هذه المناهج في منصات رقمية متنوعة لبناء نموذج دعوي رقمي يجمع بين الأصالة والمعاصرة.

المراجع

- Al-Bayānūnī, M. A. A. (1995). *Al-Madkhal ilā 'Ilm al-Da'wah*
- AINUROHMAH, D. (2025). *STRATEGI DAKWAH AL-BAYANUNI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI MENGHAFAAL AL-QUR'AN (Studi Akun Instagram @ruangnderes)*. UIN PROF.KH.SAIFUDDIN ZUHRI.
- Amin, M. S. (2025). Pengaruh Algoritma Media Sosial Terhadap Narasi keislaman di Ruang Digital. *El-Wasathy: Journal of Islamic Studies*, 3(1).
- Asbi, M., Firdaus, S. F., & Hamidah, L. (2025). Strategi Dan Pendekatan Dakwah Di Era Digital Pada Pemikiran Al Bayanuni. *Jurnal An-Nida*, 17(1), 15–26. <https://www.wattpad.com/683564280>
- Aulia, S. (2024). *METODE DAKWAH DR. KH. IZZAT SALEH JAELANI M.A DALAM KONTEN "TANJAKAN" (TANYa JAwb dadaKAN) DI CHANNEL YOUTUBE BIZNILLA TV*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Aziz, A., & Mursalin, H. (2025). *The Impact of the Book Al-Madkhal Ilaa ' Ilmi ad-Da ' wah (The Introduction to the Science of Da ' wah) on the Da ' wah skill of the Fifth Batch Female Students from the Department of Islamic Da ' wah and Communication at STIBA Ar-Raayah* مسبق نم قسمالخواة عفدلا تابلاط بدل قوعدلا قراهم بلع قوعدلا ملع لبلا لخدلما باتك يريثتأ قيارلا (1)ةعمابج ملا علاؤو قوعدلا ٧.
- Bernstein, D. (2025). Lessons from TikTok: Using Popular Social Media Platforms to Engage Gen Z. *Urban Library Journal*, 31(1). <https://academicworks.cuny.edu/ulj>Retrieved from<https://academicworks.cuny.edu/ulj/vol31/iss1/4>
- Bramantyo, F. D., Mahmudin, & Alansur, M. W. (2024). Integrasi Teknologi Digital dalam Dakwah: Proses dan Tantangan. *Jurnal Pendidikan*, 8(3).
- Dinda Rizky Amalia, & Wahyu Ziaulhaq. (2022). Rintangan Pendakwah Pada Massa Era Teknologi Digital Dan Pemanfaatannya Sebagai Media Dakwah. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 01–04. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i1.181>
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Hidayat, Y. F., & Nuri, N. (2024). *Transformation of Da ' wah Methods in the Social Media Era: A Literature Review on the Digital Da ' wah Approach*. 4, 67–76. <https://doi.org/10.59525/ijois.v4i2.493>
- Husnia Amro Br Sinaga, & Anang Anas Azhar. (2025). Literasi Media sebagai Solusi Tabayyun Berita Hoax di Media Sosial pada Mahasiswa FDK. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 464–475. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4339>
- Mahmuddin, M., & Nasriah, S. (2021). Strategi dakwah dalam meminimalisir penyebaran informasi hoax di media sosial. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(2). <https://doi.org/10.21580/jid.v41.2.8873>
- Maimunah. (2023). *PSIKOLOGI KOMUNIKASI DAKWAH DALAM KOMUNIKASI DAKWAH:SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW*. 1.
- Mawardi, K. (2023). *DAKWAH DI ERA DIGITAL (Analisis Media Siber pada Akun Instagram @akhlaqpedia)* (Vol. 4, Issue 1). UIN Walisongo Semarang.
- Miles, Matthew B. and Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded*

Sourcebook (2nd (ed.)). SAGE Publications.

- Mustawil, M. (2024). *STRATEGI DAKWAH INTERAKTIF MELALUI MEDIA SOSIAL*. 2(02), 306–312.
- Nadia, N., & Rifa'i, A. (2025). Islamic Thought and Da'Wah Transformation in the Digital Era. *Al-Ulum Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ke Islaman*, 12(1), 62–72. <https://doi.org/10.31102/alulum.12.1.2025.62-72>
- Nashwa, D. A. F. (2024). *Strategi Dakwah Ustaz Nasrullah Ilmu Magnet Rezeki Pada Metode Al-Bayanuni di YouTube (Analisis Channel Sobat Berbagi)*. Institut Ilmu Al-Quran (IIQ) jakarta.
- Puja Dikusuma Mardiana, dkk. (2025). *KREDIBILITAS DA'I DALAM DAKWAH DIGITAL: PENDEKATAN TEORI HOVLAND DAN AL-BAYANUNI*. 15(1).
- Srigita, F., & Rifa'i, A. (2025). CONTEMPORARY ISLAMIC THOUGHT: Challenges and Solutions in Da'wah in the Digital Era. *Al-Ulum Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ke Islaman*, 12, 51–61. <https://doi.org/10.31102/alulum.12.1.2025.51-61>
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Triyono, A. (2021). *Detail Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Bintang Pustaka Madani.
- Ummah, N. H. (2023). PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS DAKWAH DI ERA DIGITAL. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1). <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>