

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة -

قسم الدعوة والإعلام والاتصال

كلية أصول الدين

أئمة مساجد ولاية قسنطينة

والمواقع الإسلامية

- دراسة في الاستخدامات والإشباع -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام الإسلامي

إشراف الدكتور:

أحمد عبدلي

إعداد الطالب:

عادل المانع

لجنة المناقشة

رئيساً	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة	أستاذ التعليم العالي	أ. د عبد الله بوجلال
مُقرراً	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة	أستاذ محاضر قسم أ-	د. أحمد عبدلي
عضواً مناقشاً	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة	أستاذ التعليم العالي	أ.د بو بكر عواطي
عضواً مناقشاً	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة	أستاذ محاضر قسم أ-	د. نور الدين سكال

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

تندرج هذه الدراسة الموسومة بـ: "أئمة مساجد ولاية قسنطينة والمواقع الإسلامية" ضمن دراسة جمهور وسائل الإعلام والتي حاولت تطبيق فروض نظرية الاستخدامات والإشباع، قصد التأكيد على فاعلية الجمهور المتلقي، وأنه وحده الذي يقرر ماذا يريد أن يأخذ من وسائل الإعلام، وقد تمحورت تساؤلات الدراسة حول معرفة: استخدامات أئمة مساجد قسنطينة للمواقع الإلكترونية الإسلامية وما هي الإشباعات المحققة من خلالها؟

وذلك بالإجابة على التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي عادات استخدام الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية؟
- ما هي أنماط استخدام الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية؟
- ما هي الإشباعات التي يحققها الأئمة من خلال تصفحهم للمواقع الإلكترونية الإسلامية؟
- ما مدى تأثير متغيرات: السن، المستوى العلمي، الوضعية الوظيفية في ظاهرة استخدامات الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية وإشباعاتهم المحققة منها.

وتهدف هذه الدراسة في جانبها النظري إلى البحث في طبيعة العمل الدعوي المسجدي في ظل المتغير الإعلامي الاتصالي ممثلاً أساساً في الإنترنت والمواقع الإلكترونية الإسلامية من خلال معرفة مراحل تطور الإنترنت وصولاً إلى الجيل الثاني من الويب (Web 2.0)، ثم معرفة المواقع الإلكترونية الإسلامية وخصائصها ومعرفة وسائل الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت ممثلة في المواقع الشبكية والمنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني وغرف الدردشة والحوار مع الآخرين، ثم معرفة الاستخدامات الدعوية للإمام عبر المواقع الإلكترونية الإسلامية في عملية توضيح الثابت والمتغير في الخطاب المسجدي؛ ومن ثم إبراز التوظيف التقني للعمل الدعوي عبر صفحات الإنترنت والمتمثلة أساساً في الدعوة والتعليم عن بعد والبت الحي للجمعات والدروس والمحاضرات والمحادثات عن طريق السكايب والباتوك والوسائط التواصلية ومواجهة الشبهات والإفتراءات على الإسلام والمسلمين وتوجيه النصح والإفتاء للجماهير ونشر إسهاماته الدعوية.

وفي الجزء الميداني من هذه الدراسة استخدمنا منهج المسح الميداني بالعينة موزعين استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات على عينة عشوائية نسبتها 50% من مجتمع الدراسة وهو ما يمثل 113 مفردة، وقد تم من خلالها التعرف على البيانات العامة لأئمة مساجد ولاية قسنطينة بمختلف بلدياتها ودوائرها من حيث السن والوضعية الوظيفية والمستوى التعليمي وتطرقنا إلى عادات تصفح الأئمة للمواقع الإسلامية من حيث الوسائل المعول عليها في تكوين معارف علمية لدى الإمام ومن حيث الحجم الزمني الذي يقضيه الإمام في تصفحه للمواقع الإسلامية (المدة، ساعات، فترات، الأيام..). وأنواع الصعوبات التي يواجهها والمحل والأشخاص الذين يفضل الإمام تصفح المواقع الإسلامية معهم.

كما حاول البحث التعرف على أنماط استخدام أئمة المساجد للمواقع الإسلامية بمعرفة أفضل المضامين التي يطرقها الإمام في المواقع الإسلامية وسبب تفضيله لمضامين دون أخرى ومعرفة خدمات المواقع الإسلامية المتوفرة من تنزيل الملفات والأخبار والمحادثات والصوتيات والمرئيات والتواصل عبر المواقع الإجتماعية (فايسبوك وتويتر ويوتيوب)، وربط كل هذا بالمتغيرات الأساسية (السن والوضعية الوظيفية والمستوى التعليمي للإمام).

وقد حدد البحث الإشباعات المتحققة للأئمة من خلال استخدامهم للمواقع الإسلامية، من خلال معرفة دوافع تصفح الأئمة للمواقع الإسلامية وأوجه استفادتهم منها وإن كانت لهم جهود دعوية على النت أم لا من خلال إنشاء صفحات دعوية، ومعرفة أسباب تخلف (77,17%) منهم عن إنشاء صفحة دعوية، ومعرفة طبيعة الصفحة الدعوية التي أنشأها النسبة المتبقية، وطبيعة بياناتهم على هذه الصفحة، وأوجه تفاعلهم في صفحاتهم الدعوية، وأخيرا معرفة مستقبل تعامل الأئمة مع المواقع الإسلامية.

كلّ هذه القضايا مكنتنا من تحديد سلوك الأئمة المباشر مع المواقع الإسلامية من جهة والتطبيقات المتاحة لخدمة الدعوة الإسلامية من جهة أخرى.

Résumé de l'étude

Cette étude sous titré: «**Les Imams des mosquées de la wilaya de Constantine et les sites islamiques**» se rapportent à l'étude du public des medias, et essayé d'appliquer les hypothèses de la théorie des usages et des gratifications, afin de souligner l'efficacité de l'audience, et confirme que c'est au public de décidé ce qu'il veut faire de la presse. Cette étude tourne autour de savoir: les usages des Imams de Constantine de sites islamiques et les gratifications constatés?

En répondant à cette question; en doit répondre aux sous-questions suivantes :

- * Quelles sont les habitudes de l'utilisation des sites islamiques par les Imams?
- * Quels sont les modes d'utilisation des sites islamiques par les Imams?
- * Quel sont les gratifications constatés par les Imams on naviguent au sites Web islamiques?

Quel est l'effet de variables: l'âge, le niveau d'éducation, l'état fonctionnel dans le phénomène de l'utilisation des Imams au sites islamiques et les gratifications atteintes.

L'étude vise en partie théorique d'étudier le travail au mosquées Mettent en surbrillance la communication médiatique en pleine mutation, représentant principalement les sites Internet islamiques à travers la connaissance de développement de l'Internet et l'accès au Web de deuxième génération (Web 2.0, et ensuite trouver les sites Web et les caractéristiques de la connaissance et les moyens de la Dawa islamique représentée dans les sites web, les forums et les réseaux sociaux et e-mail, chatrooms et le dialogue avec les autres, et ensuite déterminer l'utilisation des Imams au sites islamistes dans le processus décrit le fixe et variable dans le discours; puis mettez en surbrillance le recrutement d'action technique poursuite à travers les pages de l'Internet, principalement représenté dans la Dawa et l'enseignement à distance et des émissions direct sur internet, et leçons, des conférences et des conversations par Skype et Paltalk et les médias de communication et la suspicion de visage et de calomnies contre l'islam et les musulmans et a conseillé d'émettre des avis des masses et la diffusion de ses contributions.

Dans le champ de cette étude, nous avons utilisé l'approche des distributeurs de l'échantillon de l'enquête sur le terrain forment l'enquête comme un outil pour recueillir des données sur un échantillon aléatoire de 50% de la population de l'étude, ce qui représente 113 mosquées, a été en mesure de découvrir les déclarations des imams de mosquées dans la wilaya de Constantine et ces différentes communes et départements où l'âge et le niveau fonctionnel et pédagogique, et nous avons étudié les habitudes de navigation des imams de sites islamiques en termes de moyens invoqués dans la formation de la connaissance scientifique à l'avant et en termes de temps passé dans la navigation web islamique (durée, heures, jours..) et les types de difficultés rencontrées par le loyer et les gens que les Imams préfèrent la navigation avec eux.

La recherche a également essayé de chercher à identifier les modes d'utilisation des imams des sites islamiques et savoir les buts des Imams on naviguent au sites islamiques et la raison de sa préférence du contenu sans les autres sites services islamiques sachant disponibles pour télécharger des fichiers, des nouvelles, discuter, la musique et l'audiovisuel et communiquer via les sites de réseaux sociaux (Facebook, Twitter, YouTube), et relier tout ces variables de base (âge et l'état fonctionnel et le niveau d'éducation de l'imam).

L'étude a défini les gratifications atteintes par les imams à travers leur utilisation des sites islamiques, en connaissant les motifs parcourir des sites islamiques et tirer ces avantages cependant leurs efforts de Dawa sur le net ou pas par la création de pages de Dawa, et de découvrir les raisons de l'échec de (77,17%) d'entre eux pour la mise en place de page de Dawa, et la connaissance de la nature de la page de Dawa créée par le reste, et la nature de leurs données sur ces pages, et les aspects de leur interaction sur les pages, et enfin connaître l'avenir des imams traiter avec les sites islamiques.

Chacune de ces questions nous a permis de déterminer directement le comportement des imams avec les sites islamiques, d'une part; et les applications disponibles pour servir la Dawa Islamique d'une autre part.

Summary of the study

Fall of this study tagged: "Imams of Constantine and the Islamic sites" in the study of the public of media, which tried to apply the theoretical hypotheses of the uses and gratifications theory, in order to emphasize the effectiveness of the audience, and its or him alone to decides what he wants to take from the media, the focused questions of the study Learn about: «The imams of Constantine uses and gratifications of the Islamic websites achieved through?

By answering the following sub-questions:

- * What are the habits of the use of the imams of the Islamic websites?
- * What are the patterns of use of the imams of the Islamic websites?
- * What is the Alachaabaat achieved by imams browse through the websites of the Islamic?

What is the effect of variables: age, educational level, functional status in the phenomenon of the uses of the imams of the Islamic websites and Achaabaathm achieved them.

The study aims in part, the theoretical to look at the nature of advocacy work Almsadjada in light of the changing media communication, representing mainly the Internet and websites Islamic through knowledge of the stages of development of the Internet and access to the second-generation Web (Web 2.0, and then figure out the websites and characteristics of Islamic knowledge and means of the Islamic Dawa online represented in the web sites, forums and social networking sites and e-mail, chat rooms and dialogue with others, and then figure out uses advocacy for the imam via Islamist websites in the process describes the fixed and variable in the speech Almsadjada; then highlight the recruitment of technical action lawsuit through the pages of the Internet, represented mainly in the call and distance education and live broadcasts of Jmat and lessons, lectures and conversation by Alskaab and Paltalk and communicative media and face suspicion and slanders against Islam and Muslims and advised issuing opinions of the masses and the dissemination of his contributions to advocacy.

In the field of this study, we used the approach to the field survey sample distributors form the survey as a tool to collect data on a random sample of 50 percent of the study population, which represents 113 single, has been able to experience the public statements of the imams of mosques in the state of Constantine various municipalities and departments where age and status functional and educational level, and we dealt with the surfing habits of imams of Islamic sites in terms of the means relied on in the formation of scientific knowledge at the forward and in terms of size the time spent forward in browsing Islamic web (duration, hours, hours, days..) and the types of difficulties faced by the shop and the people who preferably Imam Islamic web browsing them.

He also tried to search to identify usage patterns imams of the Islamic sites in knowing the best content destination Imam in Islamic sites and the reason for his preference of the contents without the other knowing Services Islamic sites available to download files, news, chat, music and visuals and communicate via social networking sites (Facebook, Twitter, YouTube), and linking all this basic variables (age and functional status and educational level of the Imam).

The study has defined Alachaabaat achieved for imams through their use of Islamic sites, by knowing the motives browse the imams of the Islamic sites and draw Astphadathm them though their efforts advocacy on the net or not through the creation of pages advocacy, and find out the reasons for the failure (77.17%) of them for the establishment of Page advocacy, and knowledge of the nature of advocacy page created by the remainder, and the nature of their data on this page, and aspects of their interaction on their page advocacy, and finally know the future of the imams deal with Islamic sites.

Each of these issues has enabled us to determine the behavior of the imams with direct Islamic sites on the one hand and the applications available to serve the Islamic call on the other.
