

تمثيلات الخطاب المقاولاتي للأساتذة الجامعيين على ضوء الاتصال المؤسساتي الرقمي
لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي والواجهات الجامعية**Representations of University Professors' Institutional discourse in light of
the Ministry of Higher Education and Scientific Research's digital
institutional communication and university interfaces.**

1 مريم منادي*

جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، (الجزائر)، m.menadi@univ-chlef.dz

2 بلال عويش

جامعة يحيى فارس المدية، (الجزائر)، aouiche.billel@univ-medea.dz

تاريخ الارسال 2026-07-22 تاريخ القبول 2026-08-29 تاريخ النشر 2026-09-20

ملخص:

تتبع أهمية هذه الدراسة من التوجه المقاولاتي الذي تقوده الوزارة الوصية على مستوى جميع المؤسسات العلمية/الأكاديمية في الجزائر، وتظهر هذه الأهمية في هيمنة موضوع المقاولاتية والمؤسسات الناشئة على الخطاب المؤسساتي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي. إن هذا الخطاب - وقبل وصول آثاره النهائية على الطالب الجامعي - سيمر عبر الأساتذة الجامعيين، باعتبارهم مدرسين، مؤطرين، ومسؤولين على الواجهات الجامعية التي ترافق الطلبة في مساهمهم الجامعي بتوجيهاته الجديدة. فلا يمكن الحديث عن طالب مبتكر ورائد في مجال الأعمال، دون التوقف طويلا عند الأستاذ الجامعي ومدى انعكاس الخطاب المقاولاتي لمؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي على تفكيره وتوجيهاته وقناعاته. وانطلاقا من عينة من الأساتذة الجامعيين، وعينة أخرى من المنشورات الاتصالية والخطابات الرسمية ذات الصلة بالمقاولاتية، وباعتماد على منهج علمي متكامل، تم التوصل إلى أن هناك تباين كبير في التمثيلات، خاصة على مستوى البعدين؛ المعرفي، والتقييمي الوجداني. بينما هناك تشابه وانسجام على مستوى البعد السلوكي.

الكلمات المفتاحية: التمثيلات الاجتماعية، الخطاب المقاولاتي، الاتصال المؤسساتي، الواجهات الجامعية.

Abstract:

This study derives its significance from the entrepreneurial orientation dominating the institutional discourse of the Algerian Ministry of Higher Education and Scientific Research. It highlights the pivotal role of university professors as essential mediators and indispensable guides for students. Achieving the desired impact on students necessitates that professors themselves first internalize this orientation and reflect it in their convictions. Ultimately, the findings reveal a significant disparity in professors' representations of the entrepreneurial discourse, particularly at the cognitive and affective-evaluative dimensions, while a clear convergence and harmony were observed at the behavioral level.

Keywords: Social representations, Entrepreneurial discourse, Institutional communication, University interfaces.

1. مقدمة :

بدأ موضوع المقاولاتية يدخل للجامعة الجزائرية منذ سنة 2009 / 2010، لكن لم يتجاوز هذا المجال بعده التنظيمي والمؤسساتي. والذي تجلّى في اتفاقيات ثنائية تعقدها الجامعة بشكل مستقل مع الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب. نتج عن هذا الاتفاقيات إنشاء أطلق عليه حينها دور المقاولاتية. هذت المؤسسة الجديدة اقتصر دورها إذ ذاك على التحسيس الدوري بالصيغ التمويلية التي تقدمها الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب. والتي تبنت في تلك السنوات نموذجاً اجتماعياً أكثر منه نموذج اقتصادي. ما أدى في الأخير إلى عدم جدوى هذا النموذج بالشكل المرجو. إن أهم ما يلاحظ خلال تلك الحقبة، هو انعدام نموذج اقتصادي علمي للمقاولاتية، ريادة الأعمال والمؤسسات الناشئة.

بعدها بسنوات تم استحداث نموذج أكثر توازناً، يجعل من المؤسسة الجامعية هي الحاضنة لتأسيس وإطلاق مؤسسات مصغرة وأخرى ناشئة. وهذا عن طريق تأسيس مؤسسات داخلية، عبارة عن مصالح مشتركة تسمى واجهات الجامعة. وأهم هاته الواجهات، مركز تطوير المقاولاتية، وحاضنة الأعمال الجامعية. إضافة إلى مكتب ربط الجامعة بمحيطها الاقتصادية، ومركز الدعم التكنولوجي والابتكار وأخيراً دور الذكاء الاصطناعي. الهدف الرئيس من هذه الواجهات هو التحسيس، التكوين والمرافقة الموجهة خصيصاً للطلبة الجامعيين. ينطلق هذا النموذج من فكرة مفادها: طالب جامعي مكون تكويناً مقاولاتياً موجهاً، سينتج عنه رائد أعمال وصاحب مؤسسة اقتصادية، خالق للثروة وفرص العمل لغيره. عوضاً عن طالب يتخرج من الجامعة بتكوين أكاديمي صرف، ليجد نفسه باحثاً عن وظيفة مفقودة، وعبئاً اقتصادي/اجتماعي على الحكومة. إن هذا النموذج الجديد، والذي أحدث ثورة منهجية وأكاديمية في الوسط الجامعي، أين أصبح تدريس مقياس المقاولاتية موجهاً لجميع ميادين التكوين دون استثناء، وفي عدة مستويات وصلت لحد الآن إلى البدء في تدريسه من السداسي الثالث ليسانس، حتى السداسي الأول من الماستر. لكن الثورة الحقيقية كانت في الصيغة الجديدة لتخرج الطلبة. والتي كانت - في الصيغة القديمة - عبارة عن بحث أو دراسة يقوم بها الطالب تتوج مساره التكويني والعلمي، يتم التركيز فيها على الصرامة المنهجية والدقة العلمية والتراكم المعرفي. لتصبح هذه المحطة العلمية الفارقة، إلى دعوة الطلبة إلى إطلاق وتأسيس مشاريع اقتصادية، كعمل نهاية الدراسة لمرحلة الليسانس والماستر. فانتقل التركيز على الابتكار والتكنولوجيا والتفكير التصميمي والتسويق وإدارة العمليات المالية وغيرها من المواضيع التي ليست من صلب تخصص الطالب الذي درسه على مدى سنوات عديدة.

1.1. إشكالية الدراسة

يتطلب نجاح أي نموذج جديد، لا سيما إذا كان ثورياً مثلما تم التنويه في المقدمة، من أجل نجاحه عمليات اتصالية/خطائية واقناعية ضخمة قامت بها الجهة الوصية، متمثلة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بشكل مباشر أو عن طريق واجهات الجامعة. من أجل دمج هذا النموذج داخل المؤسسات الجامعية. هذه المؤسسات التي تتميز بخصوصياتها العلمية والبحثية، وطاقم من الأساتذة مؤهل تأهيلاً علمياً وبخيراً وليس تأهيلاً اقتصادياً. كما أن هذه المؤسسات تعمل وفقاً لنظام علمي محدد ووفقاً لآليات راسخة ومعروفة لدى الفواعل الجامعية. كل هذا خلق جملة من الإشكاليات على المستوى المعرفي والتقييمي، وكذلك على مستوى السلوك والممارسات.

يعتبر الأستاذ هو محور العملية التعليمية، وفي حالة مواجهته بنمط تعليمي جديد، ليس من الغرابة بمكان، أن تحدث مقاومة وممانعة إيجابية، مقاومة من أجل الفهم والتكيف، فكيف يستطيع الإشراف على مؤسسة اقتصادية وليس له باع في المجال الاقتصادي! ممانعة من أجل إبداء رأيه وتقييمه في نموذج لم يتم استشارته فيه وقت إعدادة. ولكن في نفس الوقت نجد أن هناك فئة واسعة من الأساتذة تلقت النموذج الجديد بخطاباته وسعت بشكل متسارع إلى تبنيه حتى قبل إدراكه أو أن يكون لهم فيه رأي. إنما تبناوا طريقة التعلم عن طريق الممارسة، فتدريس المقاييس الجديدة ذات الصلة بالمقاولاتية، أو الإشراف على مشاريع تخرج مؤسسة اقتصادية، تم التعامل معه كفرصة للتعلم وتراكم المعرفة والخبرة.

من خلال هذه الدراسة سنتناول إشكالية ردود الأفعال المعرفية والعاطفية والسلوكية من طرف الأساتذة - والتي أطلقنا عليها اسم التمثلات - حول النموذج الجديد، لكن انطلاقاً من خطابات الجهات الوصية. الموجهة أساساً لمكونات الجامعة عامة وللأساتذة خاصة، باعتبار هؤلاء الأساتذة؛ مكونين، مشرفين، ومسؤولين على الواجهات الجامعية. وعليه طرحنا سؤال الإشكالية التالي:

ما هي تمثلات الخطاب المقاولاتي للأساتذة الجامعيين على ضوء الاتصال المؤسسي الرقمي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي والواجهات الجامعية؟

وانطلاقاً من سؤال الإشكالية الرئيس السابق، تفرعت التساؤلات التالية:

- ماهي التمثلات الاجتماعية الممكنة للخطاب المقاولاتي؟
 - كيف تفاعل الأساتذة الجامعيين مع الخطاب المقاولاتي معرفياً، وجدانياً وسلوكياً؟
 - ما طبيعة الاتصال المؤسسي وقنواته المعتمد من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي؟
 - كيف تمثلت واجهات الجامعة خطابات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.
 - كيف تفاعل الأساتذة الجامعيون مع الحملات التحسيسية للواجهات الجامعية؟
- تهدف هذه الدراسة بشكل أساسي إلى معرفة ما طبيعة تمثلات الخطاب المقاولاتي للأساتذة الجامعيين على ضوء الاتصال المؤسسي الرقمي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي والواجهات الجامعية. يتضمن هذا الهدف جملة من الأهداف الفرعية نوجزها في التالي:

- تحديد طبيعة التمثلات الاجتماعية للخطاب المقاولاتي؛
- تحديد طبيعة التفاعلات التي نتجت عن الخطاب المقاولاتي وتجلياتها في تصورات، عواطف وسلوكيات الأستاذ الجامعي؛
- تحديد طبيعة الخطاب المقاولاتي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي وقنواته الرسمية؛
- تحديد طبيعة العلاقة بين الأساتذة الجامعيين والواجهات الجامعية؛
- تحديد كيفية تفاعل الأساتذة الجامعيين مع الحملات التحسيسية للواجهات الجامعية.

2.1. التصميم المنهجي للبحث

تعتمد جودة البحوث والدراسات العلمية على مدى خضوعها لمنهجية علمية واضحة وصارمة، خاصة في حالة الاعتماد على مناهج بحث ذات طبيعة ميدانية، من خلال هذا المحور سيتم ضبط منهجية البحث وأدوات الدراسة، والمقاربات النظرية المعتمدة، وكذا الأدوات المستخدمة في جمع البيانات وأساليب التحليل.

أولاً: منهج البحث وأدواته.

تعتمد هذه الدراسة في جمع البيانات وتحليلها على ثنائية منهجية، اقتضتها طبيعة الدراسة. تعتمد هذه الدراسة على نوعين من التحليل، تحليل المرسل والمتمثل في تحليل خطابات ورسائل مؤسسة وزارة التعليم العالي متمثلة في شخص الوزير. كما تقوم بتحليل المستقبل والمتمثل في الأساتذة الجامعيين. إن هذه التحليل المزدوج هو الذي اقتضى ازدواجية المنهج. فبالنسبة لتحليل المرسل، اعتمدنا على منهج تحليل الخطاب، لتحليل طبيعة الرسائل الرقمية التي تبثها الوزارة لاستخراج البنية المرجعية التي يفترض أن تبنى عليها التمثيلات. والمقصود بتحليل الخطاب - على وجه التحديد - هو تحليل الخطاب الإعلامي. ووفقاً لكل من (محمد محمد سيد أحمد، 2019)، (دليو، 2019)، (وسطاني، 2015)، (مرسلي، 1997)، (خالف و مالفى، 2021) فإن تحليل الخطاب الإعلامي جاء ليغطي الثغرات المنهجية الناتجة عن اعتماد تحليل المضامين الإعلامية كمنهج وأداة بحث في نفس الوقت، والذي انتشر منذ أربعينيات القرن العشرين، والذي يمكن تعريفه على أنه: منهج متعدد التخصصات، يدرس الاستعمال الفعلي للغة المنطوقة أو المكتوبة ضمن سياقها متجاوزاً حدود الجملة، لبحث في ترابطها البنوي وعلاقتها بالتفاعل الاجتماعي، والإدراك، والواقع لتحديد الدلالة.

كما ينطلق منهج تحليل الخطاب من ثلاثة أبعاد؛ أولاً: تحليل النص والوصف، ثانياً: معالجة النصوص والتفسير، ثالثاً: التحليل الاجتماعي أي عملية الشرح والتفسير للسياق الاجتماعي المحيط بالخطاب. ورغم أن هذه الأبعاد الثلاثة مترابطة فيما بينها، إلا أن العمدة في هذه الدراسة على البعد الثالث، والمتمثل في عملية الشرح والتفسير للسياق الاجتماعي المحيط بخطابات وزير التعليم العالي والبحث العلمي عبر صفحته الرسمية وصفحة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. كما أن المقاربة المعتمدة في التحليل هي المقاربة السيميائية والتي هي عبارة عن مقارنة تحليلية وتأويلية تفكك الخطابات باكتشاف علاقات علاماتها المتعددة الدلالات، مهتمة بمضمون الخطاب وكيفية تشكله لا بصاحبه، لتبحث عن الدلالة في بنيته العميقة المنظمة متجاوزة بنيته السطحية. (خالف و مالفى، 2021، صفحة 176).

أما فيما يخص الأداة المستخدمة في هذه التحليل، فهي أداة مركبة، من عدة أدوات، حتى تتلاءم مع منهج الدراسة ومقاربتها السيميائية، وقد قمنا بتسمية هذه الأداة بـ: الشبكة التفكيكية المتعددة للخطاب، وهي أداة تحليلية مركبة تستهدف بنية الموضوع الفكرية لرصد الأطروحات وأفكارها الرئيسية والفرعية، وتقضي المعنى الكامن والضمني المشكل لمدرجات الجمهور عبر التساؤل عن التوقيت وانتقاء مصطلحات معينة دون غيرها. كما تحلل الصورة وعلاقتها بالنص ضمن الظروف المجتمعية وأبعادها الزمنية والمكانية. وتكمن مناسبتها العالية للمقاربة السيميائية في تركيزها المشترك على تفكيك البنية العميقة للخطاب وتجاوز البنية اللغوية الظاهرة؛ إذ تتعامل مع الصورة والمصطلحات كعلامات، وتربطها بالسياق الخارجي لاكتشاف شبكة العلاقات الدلالية، وتأويل الكيفية التي تشكل بها المضمون وتعدد معانيه (دليو، 2019، صفحة 33).

أما بخصوص المنهج الثاني والمتعلق بتحليل المتلقي، فقد تم الاعتماد على المنهج الظاهري (الفيونمينولوجي)، والذي من خلاله يمكن الغوص في الإدراك الذاتي للأساتذة، وبالتالي تحديد التمثيلات الاجتماعية التي تظهر على تصوراتهم، انفعالاتهم وسلوكياتهم نتيجة تعرضهم للخطاب المقاولاتي المرسل عبر آلية اتصالية مؤسسية. إذن، فالمنهج المقاولاتي في دراستنا هذه ووفقاً لكل من (سباع، 2014)، (لكحل، 2016)، (زيات، 2025)، (بوعرفة، 2007)، (قواسمي،

(2018) فإن المنهج الفينومينولوجي منهج دقيق يهدف إلى دراسة الظواهر كما تتبدى للوعي الإنساني، متجاوزا الانقسام التقليدي للفلسفة الكلاسيكية بين الذات العارفة والموضوع المدرك. يعتمد هذا المنهج على مبدأ "القصدية"، الذي يعتبر أن كل وعي هو وعي بشيء ما، مما يربط الذات بالعالم وموضوعات المعرفة في علاقة تفاعلية. ولتحقيق هذه الغاية، يستخدم المنهج خطوات إجرائية صارمة تبدأ بـ "الإيويخي" (تعليق الحكم)، حيث توضع الأحكام المسبقة والمعارف الجاهزة بين قوسين. يتبع ذلك خطوة "الرد الماهوي" الذي يهدف إلى تجريد الظاهرة للوصول إلى ماهيتها الخالصة، مما يجعل الفينومينولوجيا منهجا صارما يسعى لتأسيس المعرفة على يقين مطلق يصف الأشياء في ذاتها.

وبخصوص المقاربة والأداة المستخدمة في المنهج الفينومينولوجي، فهي المقاربة الكيفية عن طريق أداة المقابلة المعمقة، ويمكن تعريف المقاربة الكيفية في البحوث الإنسانية والاجتماعية على أنها: لفهم الظواهر الاجتماعية بعمق عبر استكشاف معانيها من وجهة نظر الأفراد الفاعلين، متجاوزة لغة الأرقام. وترتبط بالمنهج الفينومينولوجي ارتباطا وثيقا؛ فكلاهما يرفض التكميم الإحصائي، ويسعى لوصف وتحليل ماهية التجربة الإنسانية المعيشة ضمن واقعها اليومي الطبيعي (العايب، 2013)، (مخلوف، 2023)، (بومدين، 2022). أما بخصوص المقابلة المعمقة فيمكن تعريفها على أنها: على أنها "نوع من الشراكة في خلق المعنى بين الباحثين القائمين بإجراء المقابلة والمبحوثين الذين تجري معهم المقابلات، وتتيح هذه الجلسات فرصة للباحثين للتعرف على الحياة الاجتماعية من خلال رؤى وخبرة ولغة من يعيشونها. كما تتاح للمبحوثين فرصة ليشاركوا بتقديم حكاياتهم، ونقل معرفتهم، وطرح رؤاهم الشخصية حول طائفة من الموضوعات. لذلك تعتبر المقابلات الكيفية نوعا خاصا من الحوار المنتج للمعرفة، والذي يجري بين طرفين. وتعد العلاقة القائمة بين الباحث الذي يجري المقابلة والمبحوث الذي تجري مقابلته أمرا في غاية الأهمية لعملية خلق المعنى" (شارلين هس بير، 2011، صفحة 225).

ثانيا: إجراءات المعاينة وضبط العينة

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الميدانية، والتي ننطلق من جمع البيانات من محيطها الطبيعي، وعليه، لا بد من الاعتماد على طريقة المعاينة، والتي يتم من خلالها اختيار عينة يتم دراستها، لتعذر سبر جميع مفردات وحالات وأوضاع الموضوع المراد دراسته. كما تجدر الإشارة إلى أن نوع المعاينة كان قصديا، أي المعاينة غير الاحتمالية، وهذا لتعذر القيام بمعاينة احتمالية، لانعدام قائمة باسم جميع الأساتذة في الجزائر، وصعوبة الحصول عليها من طرف الجهات المختصة، ومن ضمن أصناف المعاينة غير الاحتمالية اعتمدنا على المعاينة العرضية، عن طريق إجراء الفرز الموجه وهو نوع أكثر دقة من العشوائي، والذي نختار فيه عناصر تبدو أنها تمثل جزءا من مجتمع البحث المستهدف. (أنجوس، 2004). ويمكن تحديد كيفية ضبط العينة وفقا للتالي:

أولا: بالنسبة للخطابات، فقد تم الاعتماد على منشورات صفحة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وصفحة وزير التعليم العالي والبحث العلمي، ومنشورات اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الأعمال الجامعية عبر منصة فيسبوك، واختيار المنشورات ذات الصلة بمدال المقاولاتية فقط، وهذا في الفترة الممتدة من سبتمبر 2025 إلى غاية شهر جوان 2026.

ثانياً: بالنسبة للأساتذة، فقد تم اختيار عينة من الأساتذة من جامعة حسيبة بن بوعلي الشف، وجامعة خميس مليانة، جامعة غليزان، جامعة الدوائر 03. وهذا بمجموع 20 أستاذ.

ثالثاً: مفاهيم البحث والدراسات السابقة

تتمحور هذه الدراسة حول أربعة مفاهيم أساسية، التمثيلات الاجتماعية، الخطاب المقاولاتي، الاتصال المؤسساتي والواجهات الجامعية. من خلال هذا المحور سيتم تحديد المفاهيم اصطلاحياً واجرائياً، وهذا انطلاقاً من الدراسات السابقة التي تناولت هذه المواضيع بالبحث والدراسة.

أ. التمثيلات الاجتماعية:

يعود الظهور التاريخي لمفهوم التمثيلات إلى جذور موعلة في التفكير الفلسفي الكلاسيكي مع أفلاطون وأرسطو، مروراً بالفلسفة الإسلامية مع ابن سينا وابن خلدون. غير أن المفهوم اتخذ طابعاً سوسيولوجياً تحليلياً في أواخر القرن التاسع عشر على يد إميل دوركايم، الذي صاغ مصطلح "التمثيلات الجماعية" لتمييزها عن التمثيلات الفردية، معتبراً إياها حقائق اجتماعية تفرض نفسها على الأفراد. وفي عام 1961، عرف المفهوم تأسيساً علمياً ومنهجياً في حقل علم النفس الاجتماعي بفضل جهود سيرج موسكوفيتشي. حيث استبدل المفهوم الدوركايمي بـ "التمثيلات الاجتماعية"، مشدداً على البعد الديناميكي والتفاعلي المزدوج بين الفرد والمجتمع، لتصبح بذلك أداة تحليلية مركزية عبر مختلف الحقول المعرفية. (حمليل، 2025)، (ميسة و ضيف، 2021).

تعرف التمثيلات الاجتماعية بأنها نسق من الأفكار والمواقف والقيم والممارسات التي تبنى جماعياً من خلال العلاقات الاجتماعية، بهدف إدراك الواقع المحيط وإعادة بنائه معرفياً. ويعتبرها موسكوفيتشي أداة لتوجيه وإدراك الوضعيات وتصميم الإجابات، فهي تشكل شكلاً من أشكال المعرفة الاجتماعية أو ما يعرف بمعرفة الحس المشترك. كما تتجسد كعملية ذهنية مركبة ذات خاصية ازدواجية، إدراكية وفكرية، تسمح للفاعلين الاجتماعيين بتفسير الواقع واستيعابه وفق قوالب ذهنية تحدد معالمها المعتقدات الاجتماعية. وبذلك، تقع التمثيلات في نقطة الاتصال بين ما هو فردي واجتماعي، وتعمل كمنظومة مرجعية مشتركة تسهم في تشكيل هوية الجماعة وتوجيه سلوكيات وممارسات الأفراد في حياتهم اليومية (Gaymard، 2021).

إذن، ومن خلال ما سبق، يمكن تحديد مفهوم التمثيلات في هذه الدراسة، على أنها تلك الأفكار والمواقف والقيم والممارسات التي تتجلى من خلال الأفراد – الأساتذة الجامعيين – والتي تتأثر بما يتلقاه هؤلاء الأفراد من خطابات ورسائل اتصالية مؤسسية مرتبطة بمجال عملهم وتؤثر على قناعاتهم وتوجهاتهم كأساتذة على المستوى الفردي، وكمجتمع علمي أكاديمي على المستوى المؤسساتي.

ب. الخطاب المقاولاتي:

على الرغم من أن الخطاب المقاولاتي كمفهوم علمي غير متداول بشكل صريح ومستقل في المراجع العلمية، إلا أنه يمكن اعتباره جزءاً لا يتجزأ من الخطاب الاقتصادي عامة. فالخطاب الاقتصادي يعرف على أنه ذلك السجل الخطابي الذي يتناول القضايا الاقتصادية، ويستعمل لغة متخصصة وممارسات لغوية تتقاطع مع الأنواع الخطابية الأخرى كالإعلامية والعلمية

(معلم، 2026). وفي هذا الإطار، يبرز الخطاب المقاوالاتي كجزء عضوي مما يسمى التعليم المقاوالاتي والثقافة المقاوالاتية؛ حيث أصبحت المقاوالاتية اليوم من أحدث المفاهيم شيوعاً وتداولاً بوصفها خياراً حيويًا للإنعاش الاقتصادي. ويعتبر التعليم المقاوالاتي آلية بالغة الأهمية تحفز الفكر المقاوالاتي وتتم بت تنمية القدرات بغية بناء نظام اقتصادي يتسم بالابتكار. وعليه، فإن لغة هذا الخطاب الاقتصادي والمقاوالاتي تستعير مصطلحاتها واستراتيجياتها لخدمة أهداف التأثير ونشر الأفكار، مما يجعله يتشكل وينمو داخل هذا الفضاء المعرفي الأوسع. (بلولي، 2022).

وتأسيساً على ذلك، يمكن بناء مفهوم الخطاب المقاوالاتي انطلاقاً من كونه ممارسة لغوية وتواصلية ضمن الخطاب الاقتصادي الذي يوظف مفردات وأساليب معينة لتمرير رهانات وتوجهات محددة. إن هذا الخطاب يتجلى بوضوح فيما يعرف بـ "خطاب التدبير المقاوالاتي الحديث"، الذي يروج لمفاهيم مثل "ثقافة المقاومة" وحرية المبادرة والمسؤولية المشتركة كرافعة أساسية لتقوية الاندماج والإنتاجية. ومن هذا المنطلق، يمثل الخطاب المقاوالاتي الأداة التواصلية التي يركز عليها التعليم المقاوالاتي من أجل تغيير اتجاهات جميع فئات المجتمع وغرس ثقافة العمل الحر في مختلف مجالاته. فهو إذن خطاب وظيفي يسعى إلى إكساب الأفراد سمات المقاومة، ويدفعهم نحو تبني الفكر المقاوالاتي كنمط حياة ومسار مهني، ليصبح بذلك الواجهة اللغوية التي تنشر الثقافة المقاوالاتية وتؤسس لمفاهيمها الاستراتيجية داخل المنظومة الاقتصادية (الحسن، 2019)، (حفص، 2019).

إذن الخطاب المقاوالاتي هو نوع من أنواع الخطاب الاقتصادي، والذي يمكن تعريفه على أنه ممارسة لغوية اتصالية تعتمد على اللغة المنطوقة أو المكتوبة، وبأساليب ومفردات وقنوات معينة، قصد إحداث تأثير في المتلقي. هذا التأثير يتمثل في الاقتناع والتأثير عن طريق الترويج لمفاهيم العمل الحر، وإنشاء المؤسسات، وإطلاق المشاريع، وريادة الأعمال، والاستغناء عن الوظائف، والحرية المالية والاستقلال المادي، وغيرها من المفاهيم. قصد إحداث تغيير اجتماعي حول مفهوم العمل وخلق الثروة.

ج. الاتصال المؤسسي:

مع أن الاتصال المؤسسي يستهدف الجمهور النهائي المعني بالخدمة أو المنتج، إلا أنه غالباً ما يندرج ضمن إطار ما يعرف باتصال أعمال لأعمال، أو مؤسسة لمؤسسة (B to B)، وهذا ما يبرر أن العديد من المؤسسات الكبيرة، رغم أن منتجاتها موجهة لمؤسسات أخرى، أي أن المستهلك النهائي للمنتج ليسوا أفراد، إنما مؤسسات، مع ذلك نجد أنها تتواصل خارجياً مع الجمهور العام، ويبرر هذا إما استراتيجياً أي بغرض بناء صورة ذهنية للعلامة التجارية، أو التأثير غير المباشر على المستهلك النهائي، فعلى سبيل المثال شركة صناعة أجهزة طبية، حينما تستعمل أداة الاشهار، والذي هو أحد أدوات الاتصال الخارجي، في التعريف بمنتجاتها، فإن المستهدف الحقيقي هو العيادات الطبية، لكنها تعلن عليه بشكل عام في وسائل الاتصال الجماهيري، إلا أن المريض الذي تعرض لهذا الاشهار عند زيارته لطبيبته قد يسأله إن كان يملك هذا الجهاز أو التكنولوجيا التي اطلع عليها في وسائل الإعلام. (Libaert, 2014, p. 69)

إذن يمكن تعريف الاتصال المؤسسي بشكل أساسي أنه مجموعة من أشكال وعمليات الاتصال الموجه للعالم الخارجي بشكل أساسي، ونحو الفئات المستهدفة من المؤسسة بصفة خاصة. (MOCH, 2013, p. 36)، من خلال هذا التعريف نلاحظ أن الاتصال المؤسسي له العديد من الأشكال، قد تترجم في استراتيجيات أو أدوات أو أساليب

معينة، يمكن أن نشير إلى ثلاثة أشكال رئيسية، الاتصال المؤسساتي التجاري، والاتصال المؤسساتي الاجتماعي، واتصال مؤسساتي أزماني، كما أنه يشمل عمليات الاتصال التنظيمي، أي هناك خطوات معينة وآلية ما لتنفيذ هذه الخطوات تنظيميا، بمعنى آخر أن هناك منظمة ووظيفة تخطيطية تليها وظائف أخرى مكملتها، وأخيرا نلاحظ أن الجمهور المستهدف هو نوعان، الجمهور العام، وجمهور المستهلك النهائي للمنتج أو الخدمة.

بناء على ما سبق يمكن تعريف الاتصال المؤسساتي اصطلاحا على أنه عملية اتصالية تنظيمية، خارجية بشكل أساسي مع مراعاة البيئة الداخلية، تهدف إلى مساعدة المؤسسة على التوضع في بيئة معينة بشكل إيجابي، والتواصل السلس والواضح مع جمهورها العام والخاص، بهدف بناء وصيانة صورتها وترويج خدماتها ومنتجاتها مع تفادي الأزمات والتخطيط لإدارتها، فقولنا تنظيمية خرج منها الاتصال الشخصي والجماعي والجماهيري غير التنظيمي، والتوضع نقصد به امتلاك مكانة معنوية طيبة في الحيز الرمزي الزماني والمكاني، ونعني بالتواصل السلس والواضح هو الخالي من تعقيدات التسويق والمنافسة، أما الجمهور العام فهو الجمهور الذي ليس معني بشكل مباشر ونهائي بالمنتج أو الخدمة، والجمهور الخاص هو الجمهور النهائي والمباشر.

د. الواجهات الجامعية:

تجدر الإشارة بداية إلى أن مفهوم الواجهات الجامعية يعد من المفاهيم الحديثة نسبيا في أدبيات الجامعة والعمل التنظيمي الجامعي. إذ لا يزال يفتقر إلى تعريف نظري كلاسيكي أو تأطير إبستمولوجيا مستقر عليه في الأدبيات السابقة، نظرا لارتباطه المباشر بالتحولات التنظيمية المعاصرة التي شهدتها المنظومة الجامعية في الآونة الأخيرة نحو نموذج الجامعة المقاولا، ومن ناحية تنظيمية وتشريعية في الجزائر فإن المفهوم يستمد إطاره المرجعي من النصوص والقرارات الوزارية (الجريدة، الرسمية، 2012) التي تعرف الواجهات الجامعية باعتبارها:

" مصالح مشتركة للبحث العلمي، تنشأ على مستوى مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي، لتمثل هياكل وسيطة تنرم العلاقة بين الفضاء الأكاديمي والمحيط الاقتصادي والاجتماعي، وتتكفل بمرافقة الابتكار، نقل التكنولوجيا، وتثمين نتائج البحث وترقية المقاولاتية".

وقد أورد المشرع الجزائري تعريفا قانونيا بموجب المادة الثانية من المرسوم التنفيذي 12-293 المؤرخ في 21 يوليو سنة 2012، المحدد لمهام المصالح المشتركة للبحث العلمي والتكنولوجي وجاء فيها:

" يقصد بالمصالح المشتركة للبحث العلمي والتكنولوجي، مجموع الوسائل الخاصة والتجهيزات التقنية والعلمية التي توضع بصفة مشتركة تحت تصرف مؤسسات التعليم والتكوين العالي والمؤسسات الاستشفائية الجامعية ومؤسسات، البحث العلمي والوكالات الموضوعاتية للبحث، من أجل إنجاز برامج بحث محددة ومصادق عليها" (الجريدة، الرسمية، 2012) وكتعريف إجرائي فإنه يقصد بالواجهات الجامعية، تلك الهياكل والمصالح التنظيمية الوسيطة داخل الجامعة، والتي تهدف إلى تعزيز ثقافة الابتكار والمقاولاتية في الوسط الجامعي والمتمثلة في مراكز تطوير المقاولاتية، حاضنات الاعمال، مراكز دعم التكنولوجيا والابتكار ودور الذكاء الاصطناعي باعتبارها بيئات اتصالية وعملياتية لتأطير الطلبة والأساتذة وتحويل أفكارهم وبحوثهم إلى مشاريع اقتصادية.

2. تصميم الخطاب المقاولاتي في الاتصال المؤسسي الرقمي للوزارة:

يشكل الخطاب المؤسسي في البيئي الأكاديمية المعاصرة أداة استراتيجية محورية من شأنها القدرة على توجيه السياسات وإحداث تغييرات تنظيمية وثقافية ملحوظة، خاصة في ظل التوجه الجديد لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي نحو محاولة إرساء الثقافة المقاولاتية، ولم يعد هذا الخطاب مجرد اقتصار على تعليمات إدارية تقليدية وأخبار منسأبته، وإنما تمت هندسته رقميا ليصبح خطابا إقناعيا، تفاعليا وتوجيهيا يهدف إلى إعادة تشكيل التمثلات الاجتماعية للفاعلين الأكاديميين، على رأسهم الأساتذة الجامعيين، وعليه فقد تم تفكيك هذه الهندسة في الجزء النظري من هذه الدراسة عبر ثلاث محاور رئيسية:

1.2. تحولات الخطاب في البيئة الرقمية:

لقد أحدثت البيئة الرقمية قطيعة إستراتيجية ومنهجية مع الأشكال التقليدية للخطاب المؤسسي، فقد أصبح الانتقال من الاتصال الخطي إلى الاتصال الشبكي التفاعلي مفروضا على المؤسسات الرسمية، بما فيها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وإعادة صياغة آلياتها الخطابية. وفي هذا السياق، لم يعد الخطاب المؤسسي مجرد امتداد لوثائق إدارية مكتوبة بل تحول إلى نوع خطابي قائم بذاته، وتعود الملامح الأولى لتأطير هذا النوع من الخطاب كونه يحمل بعض المواصفات المستقلة تعود إلى أعمال راكال بانخورست التي اقترحت تفكيك سمات هذا الخطاب من خلال إبراز ما يعود إلى الشفاهي، ثم ما يعود إلى المكتوب، وأخيرا ما يتميز بع بشكل مستقل عن النوعين السابقين (فلاق، 2021، صفحة 110) وتتجلى هذه السمات المستقلة للخطاب المؤسسي الرقمي للوزارة في الأبعاد التالية:

- **النص المترابط والوسائط المتعددة:** وفي معاني أخرى النص الفائق والنص الرقمي وقد تم صياغة المصطلح من طرف تد نلسون سنة 1965، واصفا بأنه مرتبط بالحاسوب ويتشكل من عقد من المعلومات قابلة للاتصال ببعضها (مروش، 2017، صفحة 318)، فلم يعد الخطاب الرقمي يعتمد على النص الخطي المكتوب فحسب، بل أصبح خطابا هجينا يدمج الصورة، الفيديو، والإنفوجرافيك. هذا التعدد الواسطي يمنح الخطاب المؤسسي كثافة دلالية تجعله أكثر قدرة على جذب انتباه المتلقي (الأستاذ الجامعي) وتأطير إدراكه للتوجهات الجديدة.
 - **الآنية والتدفق المستمر:** يتسم الخطاب المؤسسي الرقمي بالسرعة والتدفق المستمر للمعلومات (رحموني، جوان 2025، صفحة 1120). إن تواتر المنشورات الرقمية المتعلقة بالقرارات الوزارية (مثل القرار 1275) وتحديثاتها عبر المنصات الرسمية للوزارة، يخلق حالة من الإحاطة الاتصالية التي تضع الأستاذ الجامعي في احتكاك يومي مع المرجعية المقاولاتية.
 - **تعدد المصادر الخطابية:** في البيئة الرقمية، تتجلى أدوار الفواعل الشبكية في القدرة على تفكيك المركزية (نوح، 2025، صفحة 459)، حيث لم تعد تحتكر الوزارة وحدها إنتاج الخطاب، بل تتدخل الجهات الجامعية (مراكز تطوير المقاولاتية، الحاضنات، مراكز دعم الابتكار) كعقد شبكية تقوم بإعادة إنتاج هذا الخطاب وتكييفه محليا، مما يجعله أكثر ارتباطا بالسياق الميداني لكل مؤسسة جامعية.
- إن هذه التحولات تجعل من الخطاب الرقمي فضاء استراتيجيا لتشكيل التمثلات الاجتماعية، حيث تتحول المفاهيم المجردة للمقاولاتية إلى صور ذهنية ومواقف تقييمية لدى الأساتذة، تتأرجح بين القبول، التحفظ، أو إعادة التأويل.

2.2. الأبعاد الاتصالية للمقاولاتية الجامعية:

لا يمكن اختزال المقاولاتية في أبعادها الاقتصادية والإدارية المتمثلة في إنشاء المؤسسات المصغرة والناشئة فحسب، بل هي في جوهرها فعل اتصالي يهدف إلى نقل قيم، معتقدات، وأطر تفكير جديدة داخل المنظومة الأكاديمية، وبناء الروح المقاولاتية داخل الفضاء الجامعي يتطلب استراتيجية اتصالية تعمل على ثلاثة أبعاد متكاملة:

- **البعد المعرفي:** يتعلق بنقل المعارف المرتبطة ببيئة الأعمال، آليات التمويل، والإطار القانوني المنظم للمؤسسات الناشئة والمصغرة من خلال ترسيخ القيم والمهارات كالإبداع، باعتماد منهجيات تستخدم أنشطة تركز على المتكون، والأفعال، والدوافع، والمواقف والتخطيط للمسار الوظيفي (سليمة، 2025). هنا يلعب الاتصال المؤسساتي دورا محوريا في تفكيك الأمية المقاولاتية لدى الفواعل الجامعية، وإعادة تموقع الأستاذ الجامعي، حيث لم يعد يقتصر دوره على نقل المعرفة الأكاديمية بل تحول إلى وسيط يمتلك الأبجديات الأساسية لتوجيه الطلبة نحو الريادة.

- **البعد التقييمي:** يستهدف هذا البعد إعادة تشكيل نسق القيم السائد، والذي طالما ربط مخرجات التخرج الجامعي بالوظيفة العمومية، واستبداله بنسق يضمن المخاطرة المحسوبة والابتكار. حيث بات مفهوم خلق القيمة لصيقا بمفهوم المقاولاتية، حيث يعتبر كحركية تغيير يكون الفرد في نفس الوقت عامل لخلق القيمة من خلال تحديد الطرق والأهداف ومجال وكيفية خلق القيمة. (تواقي، 2025). يعتد الخطاب المؤسساتي هنا على الاستمالات العاطفية وسرد قصص النجاح وإلهام الطلبة ومن خلال التجارب المقاولاتية الناجحة التي خاضها الطلبة والأساتذة، مما يساهم في تعديل الاتجاهات النفسية للأساتذة نحو تبني هذا التوجه.

- **البعد السلوكي:** يمثل المخرج والتجليات الميدانية للعملية الاتصالية، حيث يتجسد في انخراط الأستاذ الجامعي فعليا في تأطير مشاريع التخرج ضمن مسارات الابتكار والمقاولاتية مثل القرار 1275، والمشاركة في لجن التقييم وتوجيه الطلبة نحو الواجهات الجامعية المخصصة للمرافقة.

وتتوقف فعالية هذه الأبعاد على مدى قدرة الأستاذ الجامعي على تبني هذا الخطاب، باعتباره قائد رأي داخل المدرجات والمختبرات، فإن تمثلائهم الاجتماعية سواء كانت متطابقة مع الخطاب الوزاري الرسمي أو متباينة معه، ستعكس حتميا على قناعات الطلبة وتوجهاتهم، مما يجعل الأستاذ الفاعل المحوري والحلقة الأهم في نجاح استراتيجية الاتصال المؤسساتي الجامعي.

3.2. الاتصال المؤسساتي والخطاب المقاولاتي:

يمثل الاتصال المؤسساتي الأداة التي تترجم الاستراتيجية الكبرى لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي إلى ممارسات يومية، في سياق ترقية المقاولاتية، يتمحور الاتصال المؤسساتي حول خلق هوية تنظيمية جديدة للجامعة الجزائرية، تنتقل من مؤسسة استهلاكية للمعرفة إلى مؤسسة مستثمرة في المعرفة ومنتجة للثروة. وتحقق هذه الاستراتيجية من خلال الآليات التالية:

- **تأطير الخطاب:** تعتمد وزارة التعليم العالي عبر وسائل اتصالها الرقمية على أطر اتصالية محددة، وفقا لنظرية التأطير حيث يتم التركيز على إبراز جوانب معينة من الواقع التنظيمي مثل حتمية الابتكار، خلق مناصب الشغل، الاستقلالية المالية

للطالب، ودعم الاقتصاد/ الوطني، مقابل تمهيش الأطر التقليدية للتوظيف العمومية، يمرر هذا التأطير عبر المواقع الرسمية، المنصات الرقمية، والشبكات الاجتماعية للوزارة بهدف بناء اجماع تنظيمي حول التوجه المقاولاتي.

- دور الواجهات الجامعية كقنوات للترجمة الاتصالية: لا يصل الخطاب الوزاري إلى الفاعلين الجامعيين (أساتذة وطلبة) بشكل مباشر وكتلة صماء، بل يمر عبر الواجهات الجامعية (مراكز تطوير المقاولاتية CDE، حاضنات الأعمال، ومراكز دعم الابتكار). تلعب هذه الواجهات دور حارس البوابة والمترجم العملي للخطاب الرسمي؛ حيث تعمل على تكييف التعليمات الفوقية وتحويلها إلى أنشطة اتصالية تفاعلية قاعدية (ورشات تكوينية، أيام دراسية، ومعارض). وتعد هذه الواجهات الفضاء الميداني الحقيقي الذي تتشابك فيه التمثلات الاجتماعية للأساتذة مع الخطاب الرسمي للوزارة، بين التناغم، التكيف، أو التحفظ

- إدارة التغيير التنظيمي: يمثل إقحام المقاولاتية والابتكار في قلب العملية البيداغوجية تغييرا تنظيميا وثقافيا جذريا داخل البيئة الأكاديمية. يعمل الاتصال المؤسسي هنا كآلية محورية لإدارة مقاومة التغيير، ويظهر التباين الجوهرى في التمثلات الاجتماعية للأساتذة بين البعدين المعرفي والوجداني من جهة (استيعاب المفاهيم مع وجود تحفظ وجداني)، والبعد السلوكي من جهة أخرى (الالتزام الإداري بالتأطير والمناقشة)؛ مما يعكس حالة من التكيف التنظيمي المنضبط إداريا، والذي يتطلب استراتيجيات اتصالية أكثر عمقا للانتقال من مستويات الامتثال السلوكي الإجرائي إلى الاقتناع الوجداني والتبني الذاتي لثقافة المقاولاتية.

3. العمل الميداني: تمثلات الأساتذة للخطاب المقاولاتي

يشكل هذا المحور الجانب التطبيقي للدراسة، حيث نتقل من تحليل الخطاب المؤسسي الرقمي للوزارة إلى رصد أثره الفعلي على أرض الواقع. نركز هنا على استنطاق الفاعل الأساسي في معادلة التغيير الجامعي، وهو "الأستاذ"، لاستكشاف تمثلاته تجاه التوجه المقاولاتي المستحدث. واعتماداً على المقابلات المعمقة ضمن مقاربة التثليث المنهجي، سنعمل على تفكيك هذه التمثلات وفق ثلاثة أبعاد رئيسية: البعد المعرفي المرتبط بالاستيعاب المفاهيمي، والبعد الوجداني الذي يقيس المواقف الانفعالية والقيمية، وصولاً إلى البعد الممارساتي الذي يرصد الانعكاسات السلوكية والتكيف البيداغوجي الميداني.

1.3. البعد المعرفي للتمثلات

يركز هذا البعد على استيعاب المفاهيم الجديدة (المؤسسات الناشئة، حاضنات الأعمال) والانتقال من المعرفة الأكاديمية الصرفة إلى المعرفة الاقتصادية

الشكل 01: تحليل البيانات الخاصة بالبعد المعرفي للتمثلات

المؤشرات	تحليل الخطاب المؤسساتي	تحليل المقابلات المعمقة	التقاطع والتباين
الكثافة المعجمية للمصطلحات	هيمنة مطلقة لحقل معجمي اقتصادي/مقاولاتي (خلق الثروة، براءة اختراع، نموذج العمل، القيمة المضافة). الخطاب يقدم هذه المفاهيم كبداهيات للمرحلة الجديدة.	إلمام سطحي بالمصطلحات. الأساتذة يرددون المعجم اللغوي المؤسساتي، لكن عند التفكيك الفينومينولوجي، يظهر خلط مفاهيمي بين "البحث العلمي التطبيقي" و "الجدوى الاقتصادية".	تباين معرفي: نجح الخطاب في فرض "القاموس اللغوي"، لكنه فشل في نقل "العمق الأبستمولوجيا" للمفاهيم الاقتصادية لغير المتخصصين.
الأدوار الفاعلة الأكاديمية	إعادة تعريف دور الأستاذ ليصبح "مرافقاً"، "موجهها (Coach)"، وصانعاً لرواد الأعمال، متجاوزاً دوره الكلاسيكي كملقن للمعرفة.	إدراك الأستاذ لدوره الجديد نظرياً، لكنه يواجه أزمة "شرعية معرفية"؛ كيف يرافق مشروعاً تجارياً وهو لم يمارس العمل الاقتصادي قط؟	فجوة إدراكية: الأستاذ يدرك ما يطلب منه (الما يجب أن يكون)، لكنه يصطدم بغياب التكوين القاعدي المسبق في آليات السوق.
التأطير القانوني والتنظيمي	تركيز مكثف على شرح وتثمين القرار 1275 كآلية ثورية للتحويل الجامعي، وعرضه كإطار مرن ومحفز.	معرفة جيدة بالنصوص التنظيمية (خاصة القرار 1275)، كونه يمس صلب عملهم الإداري والبيداغوجي، مع وعي تام بدور واجبات الأعمال الجامعية	تقاطع إيجابي محدود: انسجام في فهم الجانب "التشريعي والتنظيمي" للوحدات الجامعية، مقابل قصور في فهم أبعادها الاقتصادية البحثية.

المصدر: من إعداد الباحثين

إن القراءة المتأنية للتقاطعات والتباينات في البعد المعرفي تكشف لنا عن أزمة إبستمولوجية صامتة تعيشها الفواعل الأكاديمية في مواجهة المد الخطابي المؤسساتي. لقد نجحت الاستراتيجية الاتصالية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وبشكل لافت، في توحيد "القاموس اللغوي" داخل الحرم الجامعي، حيث باتت مفاهيم مثل "خلق الثروة"، "براءات الاختراع"، و"النماذج الاقتصادية" تتردد بسلاسة على ألسنة الأساتذة. غير أن هذا التقاطع الظاهري يخفي خلفه فجوة إدراكية عميقة؛ فالأستاذ الجامعي يستبطن هذا المعجم الجديد كمعطى إداري وتنظيمي.

يجد الأستاذ نفسه أمام مفارقة حادة: فالخطاب الرسمي يعيد تشكيل هويته المهنية جذرياً، طالبا منه التخلي عن جلباب "الملقن الكلاسيكي" ليرتدي قبعة "الموجه والمرافق للمشاريع الابتكارية"، وهو دور لم يعد له سلفاً من الناحية التكوينية. هذا التباين المعرفي يولد شعوراً بانعدام "الشرعية المعرفية" لدى الأستاذ؛ إذ كيف يمكنه تقييم الجدوى التجارية لمشروع ناشئ، أو توجيه طالب نحو اختراق سوق تنافسية، وهو الذي قضى مساره المهني بأسره يتنفس هواء البحث النظري الصرف؟ وعليه، يمكن القول إن الخطاب المقاولاتي نجح في فرض "الوعاء المصطلحي" وتأسيس فهم هيكلي للأطر القانونية، لكنه لم يتمكن بعد من إحداث الاختراق الإبستمولوجي المطلوب لزرع العقلية الاقتصادية الحقيقية في العمق المعرفي للأستاذ، ليبقى التلقي حبيس الفهم الإداري السطحي.

2.3. البعد الوجداني للتمثلات

يفكك هذا البعد استراتيجيات الاستمالة العاطفية في الخطاب، مقابل حالات القبول، التحفظ، أو المقاومة النفسية لدى الأساتذة، وتشكيل نسق القيم حول المخاطرة والابتكار.

الجدول 02: تحليل البيانات الخاصة بالبعد الوجداني/التقييمي للتمثلات

المؤشرات	تحليل الخطاب المؤسسي	تحليل المقابلات المعمقة	التقاطع والتباين
بناء الإيتوس (Ethos) والباثوس (Pathos)	الخطاب يعتمد على الإبحار البصري وسرد قصص النجاح للطلبة المؤسسين لشركات، وربط المقاولاتية بالواجب الوطني والاستقلال المالي.	تباين عاطفي حاد. الفئة الشابة ومنخرطو الواجهات الجامعية أبدوا حماسا، بينما هيمن "التوجس" و"القلق المعرفي" على الأغلبية، معتبرين الخطاب "مثاليا جدا" ولا يعكس تعقيدات الواقع.	تباين وجداني عميق: الخطاب التسويقي للوزارة يصطدم بحاجز من المقاومة السيكولوجية والتحفظ الأكاديمي لدى الأستاذ المعتاد على الأمان الوظيفي والصرامة العلمية.
مقابل الأمان مقابل المخاطرة	الخطاب يكسر صنم "الوظيفة" العمومية المضمونة" ويمجد ثقافة المخاطرة المحسوبة والابتكار التدميري.	الأستاذ يقيم النموذج الجديد بحذر. هناك تخوف من انخفاض جودة المخرجات العلمية لصالح "تجارية" البحوث. يرى البعض أن الجامعة تفقد هويتها كمنارة للعلوم.	تنافر قيمي: تمثل سلبا لثقافة "المخاطرة" الأكاديمية؛ فالأساتذة يقيمون النجاح بالرصانة المنهجية، بينما يروج الخطاب للنجاح بالجدوى المالية.
الواجهات الجامعية التفاعل مع	تصوير الواجهات (حاضنات، دور المقاولاتية) كفضاءات حيوية، عصرية، وملاذ للتميز والابتكار.	نظرة مزدوجة: تقييم إيجابي لدورها التحسيسي، لكن مع امتعاض من تحولها إلى عبء إضافي يثقل كاهل الأستاذ دون تحفيزات مادية أو معنوية توازي حجم الجهد.	ممانعة صامتة: قبول الفكرة من حيث المبدأ، مع رفض داخلي للضغوط المترتبة عنها على المستوى الشخصي.

المصدر: من إعداد الباحثين

عند الغوص في البعد التقييمي والوجداني، تتجلى لنا هوة سيكولوجية عميقة وتصادم حقيقي بين نسقين قيميين متناقضين، وهو ما يمثل نقطة التباين الأقوى في هذه الدراسة. فمن جهة، يعتمد الخطاب المؤسسي الرقمي على شحنة عاطفية مكثفة (الباثوس)، موظفا تقنيات السرد القصصي لتمجيد ثقافة "المخاطرة المحسوبة"، "الابتكار التدميري"، والانعتاق من قيود الوظيفة العمومية نحو الاستقلالية المالية. وفي المقابل، يقف الأستاذ الجامعي متحصنا بنسقه القيمي التقليدي الذي يقدس الصرامة المنهجية، التروي، والتراكم المعرفي البطيء والأصيل.

هذا التنافر القيمي يولد حالة من المقاومة السيكولوجية والتوجس المبطن. فالأستاذ ينظر بكثير من الريبة إلى هذا الاندفاع نحو "تسليع المعرفة"، مستشعرا تهديدا وجوديا للهوية الكلاسيكية للجامعة كمنارة للعلوم الإنسانية والأساسية، وخائفا من أن يؤدي هذا التوجه إلى تآكل جودة البحث العلمي لصالح بريق العوائد التجارية السريعة. وإلى جانب هذا القلق الأكاديمي، يبرز تمثل وجداني سلبا تجاه الواجهات الجامعية المستحدثة (كحاضنات الأعمال ومراكز تطوير المقاولاتية)؛ فرغم الاعتراف العلني بأهميتها الاستراتيجية، إلا أن الوجدان الباطني للأستاذ يتمثلها كأعباء بيروقراطية إضافية تستنزف جهده ووقته دون أن تقابلها منظومة تحفيزية موازية.

3.3. البعد الممارساتي/السلوكي للتمثيلات

يرصد هذا البعد التجليات الميدانية، وكيفية انعكاس الخطاب الرقمي وقناعات الأساتذة على ممارساتهم البيداغوجية داخل الفضاء الجامعي.

جدول 03: تحليل البيانات الخاصة بالبعد الممارساتي/السلوكي للتمثيلات

المؤشرات	تحليل الخطاب المؤسساتي	تحليل المقابلات المعمقة	التقاطع والتباين
الاستجابة للتعليمات وتأثير المشاريع	توجيهات صريحة، دعوات للانخراط في لجان التقييم، وتكليف منهجي بتأطير مذكرات التخرج ضمن الآليات الجديدة.	امتثال تام للممارسات الإدارية. جميع الباحثين شاركوا في تأطير، تقييم، أو مناقشة مذكرات "مؤسسة ناشئة / براءة اختراع" ووجهوا طلبهم نحو الحاضنات.	انسجام ممارساتي (إداري): تطابق كامل بين ما يطلبه الخطاب وما يمارسه الأستاذ.
الواجهات الجامعية الاندماج في	الترويج المستمر لنشاطات دور المقاولاتية والحاضنات، ودعوة الأساتذة لقيادتها وتنشيطها كجزء من مهامهم الجديدة.	حضور مكثف في الورشات التكوينية والمشاركة في لجان الفرز داخل الحاضنات، مع اعتماد "التعلم بالممارسة" لتدارك النقص المعرفي.	تكيف سلوكي براغماتي: رغم التحفظ الوجداني، ينخرط الأستاذ سلوكياً لحماية مكانته التنظيمية ومواكبة الحركة الجامعية.
تعديل البيداغوجي	الخطاب يفرض ضرورة إقحام التفكير التصميمي وإدارة المشاريع في جميع مسارات التكوين.	الأساتذة قاموا بتكييف دروسهم وأساليب تقييمهم (إدراج دراسات حالة للشركات، تشجيع العمل الجماعي الموجه للسوق) استجابة للمتطلبات الجديدة.	تحول بيداغوجي فعلي: الممارسة التدريسية تغيرت بشكل جذري وتوافقت تماماً مع أهداف الخطاب المؤسساتي للوزارة.

المصدر: من إعداد الباحثين

في مفارقة سوسيولوجية وتنظيمية بالغة الدلالة، نجد أن التباينات المعرفية وحالة الرضا الوجداني السابقة لم تمنع إطلاقاً تشكل انسجام ممارساتي وتطابق سلوكي شبه تام على أرض الواقع. إن هذا التقاطع الاستثنائي يفسر طبيعة الفضاء الجامعي كمؤسسة تنظيمية هرمية؛ فالأستاذ الجامعي، وأمام الكثافة الاتصالية للخطاب الوزاري وإلزامية القرارات الإدارية، يتبنى استراتيجية "التكيف البراغماتي". لقد وضع الأساتذة تحفظاتهم المعرفية والعاطفية جانبا، وانخرطوا بشكل فعلي وكثيف في آليات النموذج الجديد، فتراهم يتصدرون لجان مناقشة مذكرات التخرج بصيغة مؤسسة ناشئة، وينشطون بحبوبة داخل حاضنات الأعمال، بل وقاموا بتعديل طرائقهم البيداغوجية لتتلاءم مع متطلبات التفكير التصميمي وإدارة المشاريع.

هذا التحول الممارساتي الجذري لا يعكس بالضرورة قناعة وجدانية راسخة أو تحولا فلسفيا في فكر الأستاذ، بل هو تجسيد لـ "الامتثال التنظيمي" الرامي إلى حماية المكانة المهنية ومواكبة الحركة الإدارية التي تفرضها السلطة الوصية. ولتعويض النقص المعرفي الذي كشفه البعد الأول، لجأ الأساتذة إلى تكتيك "التعلم بالممارسة"، مستغلين الاحتكاك اليومي بالمشاريع الطلابية داخل الواجهات الجامعية لتطوير كفاءاتهم الميدانية خطوة بخطوة. خلاصة القول إن الاتصال المؤسساتي، وإن تعثر في اختراق القناعات الباطنية بشكل كامل، قد حقق نجاح عملياتي، مجبرا الفواعل الأكاديمية على إعادة تشكيل ممارساتها اليومية لتتطابق بدقة متناهية مع الرؤية الاستراتيجية الجديدة للوزارة.

4. خاتمة:

شكلت هذه الدراسة محاولة سوسيولوجية واتصالية لملامسة وتفكيك العلاقة المعقدة بين النسق المؤسسي، المتمثل في الخطاب المقاولاتي الرقمي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، والنسق الأكاديمي القاعدي الذي يجسده الأستاذ الجامعي، وذلك في خضم التحول الاستراتيجي للجامعة الجزائرية نحو أفق "الجامعة الريادية" وتعزيز الثقافة المقاولاتية. لقد انطلق البحث من مسلمة منهجية مفادها أن نجاح هذا النموذج الاقتصادي والمؤسسي المستحدث لا يرتبط بمدى كثافة الرسائل الاتصالية فحسب، بل يتركز جوهريا على طبيعة التمثلات الاجتماعية للأساتذة، بصفتهم الفاعل المحوري والمحرك الفعلي للواجهات الجامعية وحلقة الوصل الحتمية مع الطالب.

وقد أفضى التقاطع المنهجي بين تفكيك البنية السيميائية للخطاب الوزاري والتحليل الفينومينولوجي لمقابلات الأساتذة إلى نتائج مفصلية تعكس ديناميكية التلقي وإعادة الإنتاج. فعلى المستوى المعرفي، أثبتت المخرجات قدرة الاتصال المؤسسي على توطين القاموس اللغوي المقاولاتي والتعريف بالأطر التنظيمية المستحدثة، غير أن هذا الاستيعاب ظل محصورا في بعده الإداري والسطحي، كاشفا عن أزمة في "الشرعية الإستمولوجية" لدى الأستاذ.

وعلى الصعيد الوجداني والتقييمي، برز تباين حاد وتنافر قيمى عميق؛ حيث قوبل الضخ العاطفي والإقناعي للخطاب المؤسسي بممانعة سيكولوجية صامتة، نابعة من خشية الأكاديميين على هوية الجامعة ورسالتها العلمية من منطق التسليع والمخاطرة. في المقابل، وعلى نحو مفارق، أفرز البعد الممارسائي انسجاما وتطابقا سلوكيا عاليا، تجلّى في التزام الأساتذة بالتأطير والإشراف وتنشيط حاضنات الأعمال، وهو ما فسر سوسيولوجيا بحالة من "التكيف التنظيمي والبراغماتي" الهادف إلى مواكبة الحركية المؤسسية وحماية المكانة المهنية، معتمدين على استراتيجية "التعلم بالممارسة" لتجاوز القصور المعرفي.

وتأسيسا على هذه المخرجات، نضع التوصيات والمقترحات التالية:

أولا: الانتقال بالاستراتيجية الاتصالية للمؤسسات الوصية من منطق "الضخ الإعلامي والإيعاز الإداري" إلى منطق "الإقناع القيمي"، عبر صياغة خطابات تراعي الخصوصية السيكلوجية والأكاديمية للأستاذ، وتبرز بوضوح التلازم الفعلي بين الرصانة العلمية للبحوث والجدوى الاقتصادية للمشاريع، لتبديد المخاوف المرتبطة بتسليع المعرفة.

ثانيا: إرساء برامج تكوينية هيكلية ومعقدة لصالح الأساتذة المشرفين ولجان التقييم، تتجاوز الطابع التحسيبي العام إلى التكوين التقني المتخصص في آليات اقتصاد السوق، التفكير التصميمي، وهندسة نماذج الأعمال، وذلك لسد الفجوة المعرفية ومنحهم "الشرعية الأكاديمية" والثقة اللازمة لمرافقة الطلبة.

ثالثا: المراجعة العميقة للبيئة التنظيمية للواجهات الجامعية من خلال إقرار منظومة تحفيزية متكاملة (مادية، بيداغوجية، ومعنوية) تثمن الجهد المضاف للأستاذ داخل الحاضنات ومراكز دعم المقاولاتية على وجه الخصوص، بما تتجلى لاحقا في تمثلاته الباطنية من مجرد "عبء إداري استنزافي" إلى "فضاء استراتيجي للتطوير والارتقاء المهني".

رابعا: توجيه الاهتمام في البحوث الأكاديمية المستقبلية نحو دراسة الأثر الميداني لتكيف الأساتذة على جودة المشاريع الطلابية المبتكرة، وتقييم مدى صمود "المؤسسات الناشئة الجامعية" في البيئة الاقتصادية الحقيقية بعد مرحلة التخرج، بغية قياس الفعالية النهائية للنموذج المقاولاتي الجامعي.

5. قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

• المؤلفات:

1. باتريشا ليفي وشارلين هس بيير (ترجمة: هناء الجوهري)، البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية، القاهرة، المركز القومي للترجمة، 2011.
2. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، الجزائر، دار القصبه للنشر، 2004.

• المقالات:

1. أحمد فلاق، تحليل الخطاب الرقمي ثورة المفاهيم والأدوات الإجرائية لمقاربة النصوص، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد، العدد، ص 110.
2. أخيرة تواتي، دور مركز تطوير المقاولاتية في تنمية الروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين: مركز تطوير المقاولاتية لجامعة الجزائر 03 نموذجاً، مجلة الاقتصاد الصناعي خزارتك، المجلد 15، العدد 01، 2025، ص. 217.
3. أميرة محمد محمد سيد أحمد، تحليل الخطاب الإعلامي: مدخل نظري، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 08، العدد 05، 2019، ص ص. 333-360.
4. أمين حمليل، التمثلات الاجتماعية مفهوم في مفترق طرق العلوم الاجتماعية، مجلة أفكار وآفاق، المجلد 12، العدد 04، 2025، ص ص. 7-17.
5. بن يحيى سليمة، التكوين المقاولاتي ودوره في التحفيز المقاولاتي في الوسط الطلابي، مجلة الساور للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 11، العدد 02، 2025، ص. 214.
6. بومدين مخلوف، المقاربة الكمية والكيفية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 17، العدد 01، 2023، ص ص. 1337-1351.
7. حبيبة أبو حفص، التعلم المقاولاتي... طريق لنشر الفكر المقاولاتي، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 02، العدد 02، 2019، ص ص. 1-21.
8. خالف أ. ومالفي ع. ا.، مقاربات تحليل الخطاب، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 13، العدد 03، 2021، ص ص. 171-180.
9. خليل لحسن، ثقافة المقاولاتية بين خطاب التدبير المقاولاتي الحديث والنقد السوسيولوجي، مجلة مدارات اجتماعية، المجلد 01، العدد 02، 2019، ص ص. 97-112.
10. خيرى نوح، التكامل المنهجي بين نظرية الفاعل الشبكية والواقعية النقدية في سوسيولوجيا التنظيم مقدمة إبستمولوجية لسوسيولوجيا معقدة، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 10، العدد 04، 2025، ص. 459.
11. زغدودة ذياب مروش، النص والنص المترابط دراسة في المصطلح والمفهوم، حوليات جامعة قلمة للغات والآداب، العدد 21، 2017، ص. 318.
12. سعاد بومدين، الفوارق النظرية والعملية للمقاربات الكمية والكيفية في العلوم الإنسانية، مجلة المحترف، المجلد 09، العدد 03، 2022، ص ص. 282-298.

13. العايب س.، تنظير معرفي للمقاربة الكمية والكيفية في العلوم الاجتماعية، مجلة آفاق لعلم الاجتماع، المجلد 02، العدد 02، 2013، ص ص. 33-42.
14. عبد القادر بوعرفة، المنهج الفينومينولوجي: الحقيقة والأبعاد، مجلة المواقف، المجلد 01، العدد 01، 2007، ص ص. 279-284.
15. فرحات بلولي، أنماط أفعال الكلام في الخطاب الاقتصادي جريدة "الشعب" أنموذجاً، مجلة معارف، المجلد 17، العدد 01، 2022، ص ص. 748-765.
16. فريدة معلم، استنطاق مضمرات لغة الخطاب الاقتصادي بصوت فن اللغة الإشهارية -دراسة لسانية تداولية-، مجلة الآداب واللغات والعلوم الإنسانية، المجلد 09، العدد 01، 2026، ص ص. 85-101.
17. فضيل دليو، منهج تحليل الخطاب: تعدد مفهومي وإجرائي، المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 03، العدد 01، 2019، ص ص. 29-38.
18. فيصل زيات، إدموند هوسرل وتعامله مع المنهج الفينومينولوجي، مجلة الساور للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 11، العدد 01، 2025، ص ص. 402-417.
19. لبنى رحموني، الفضاء الرقمي وإعادة تشكيل مفهومي إدراك الزمن والمعنى: الانعكاسات الفلسفية والاجتماعية على الهوية الإنسانية والتواصل، مجلة قيس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 09، العدد 01، 2025، ص ص. 1120.
20. لكحل ف.، المنهج الفينومينولوجي وإشكالية المعرفة قراءة في فلسفة إدموند هوسرل، مجلة الخلدونية، المجلد 09، العدد 01، 2016، ص ص. 283-301.
21. محمد بن سباع، المنهج الفينومينولوجي، المبادئ والتطبيقات، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 25، العدد 03، 2014، ص ص. 143-164.
22. مراد قواسمي، الفينومينولوجيا: تأملات المنهج، مجلة مقاربات فلسفية، المجلد 05، العدد 01، 2018، ص ص. 149-164.
23. مرسللي أ. ب.، أساليب تحليل الخطاب في أبحاث الإعلام والاتصال، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 07، العدد 15، 1997، ص ص. 309-340.
24. ميسة ف. ب. وضيف غ.، التمثلات الاجتماعية؛ مقاربات المفهوم في العلوم الاجتماعية، مجلة المعيار، المجلد 25، العدد 08، 2021، ص ص. 681-693.
25. يوسف وسطاني، تحليل الخطاب من منظور لسانيات النص، مجلة المترجم، المجلد 15، العدد 01، 2015، ص ص. 53.
26. الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 12-293 المؤرخ في 21 يوليو سنة 2012، يحدد شروط إنشاء المصالح المشتركة للبحث العلمي وتنظيمها وسيرها، الجزائر، 2012.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Gaymard, S, Les fondements des représentations sociales, Paris : Dunod, 2021
2. Libaert, T .,Introduction à la communication ,Paris : Dunod, 2014.
3. Moch, O .,Vade-mecum de la communication externe des organisations , Belgique: L'édition professionnelle, 2013