

الإعلام المقاولاتي ودوره في تحفيز روح المقاولاتية لدى الشباب الجزائري

محمد علي الجودي

أستاذ محاضر بكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
جامعة الجلفة



ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على الأهمية التي يكتسبها الإعلام في تشجيع ونشر ثقافة المقاولاتية والمبادرة الفردية في إنشاء مؤسسات جديدة في أوساط الشباب، لما يشكل في أغلب الحالات حافزا لدى الشباب في الولوج إلى عالم الاستثمار الحر، وذلك بتبيان ماهية الإعلام ووسائله ووظائفه، ومن ثم دراسة نماذج في الإعلام المقاولاتي. الكلمات المفتاحية: مقاولاتية، إعلام.

Abstract:

This article aims to highlight the importance of the media in the promotion and dissemination of entrepreneurial culture and the individual initiative in the creation of new enterprises among young people, of what constitutes, in most cases an incentive for young people access to the world of free enterprise, by showing the definition of media and its methods and functions, and then study models in the entrepreneurial media.

Key words: Entrepreneurship, Media.

إن للمقاولاتية أهمية كبيرة حيث لا يقتصر دورها فقط في الرفع من مستويات الإنتاج وزيادة العائدات الناتجة عن نشاط المؤسسات الجديدة التي تم إنشاؤها، بل يتعداه ليشمل دورها في تجديد النسيج الاقتصادي من خلال تعويض المؤسسات الفاشلة وإعادة التوازن للأسواق، بالإضافة إلى دورها الكبير في تشجيع الابتكار عن طريق إنشاء مؤسسات مبتكرة جديدة يمتد تأثيرها ليشمل حتى المؤسسات القائمة التي تجد نفسها مضطرة إلى التكيف مع التغيرات الحاصلة من أجل تعزيز قدراتها التنافسية بما يضمن بقاءها في الأسواق.

وزيادة على أن المقاولاتية تقوم على أساس تشجيع المبادرة الفردية ونشر ثقافة العمل الحر بين الشباب، تعمل السلطات على توفير مختلف الإجراءات القانونية والآليات التنظيمية لمساعدة المقاولين على النجاح في إنشاء مؤسساتهم الخاصة، ولكن تبقى فئة كبيرة من المقاولين الذين يمكن تصنيفهم بالمقاولين الخاملين ينتظرون كيفية ولوجهم لعالم الاستثمار لعدم معرفتهم ودرايتهم بالإجراءات، وهذا ما يحققه الإعلام المقاولاتي الذي يكفل تحفيز روح المقاولاتية وتوجيه هذه الفئة من المقاولين بما يتناسب وأهدافهم. ومن خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدى يساهم الإعلام في تحفيز روح المقاولاتية لدى الشباب الجزائري؟

وللإجابة على هذه الإشكالية والإلمام بجوانب الموضوع تم التعرض للنقاط التالية:

أولا: ماهية الإعلام

ثانيا: الإعلام الجديد

ثالثا: النشاطات الإعلامية المقاولاتية

أولا: ماهية الاعلام

لقد عرفت وسائل الاعلام تطورا كبيرا جعلها تكتسح جميع مجالات الحياة، وتتميز كونها فتحت للإنسان مجالا واسعا للمشاهدة والاستماع والقراءة، ومن مميزات هذه الوسائل أنها دخلت في جميع المجالات الاجتماعية، التربوية، الثقافية والاقتصادية، فأصبحت تؤثر في سلوكيات الفرد كالسلوك الاجتماعي والاقتصادي...، وجزءا من الحياة المعاصرة، ولمعرفة ماهية الاعلام توجب التعرض للنقاط التالية: مفهوم الاعلام، مفهوم وسائل الاعلام، أنواع وسائل الاعلام.

1. مفهوم الاعلام:

تعددت مفاهيم الاعلام وتعريفه لدى جمهور المشتغلين في علم السلوك الانساني وعلم الاتصال، وعلوم العلاقات العامة والادارة، فنجد منها:

الاعلام هو العلم الذي يدرس اتصال الانسان اتصالا واسعا بأبناء جنسه، اتصال وعي وإدراك وما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر ورد فعل، وما يرتبط بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية وكمية ونوعية⁽¹⁾.

الاعلام هو تزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم.

الاعلام هو تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة والواضحة، وهو التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحهم وميولهم واتجاهاتهم.

الاعلام هو تلك العملية التي يترتب عليها نشر الاخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم والارتقاء بمستوى الرأي⁽²⁾.

الاعلام هو العلم الذي يدرس الظاهرة الاجتماعية المتمثلة في اتصال الجماهير ببعضها البعض والتي لا يمكن أن تعيش بدونها أي جماعة انسانية أو منظمة اجتماعية⁽³⁾.

إذا الاعلام هو نوع من الاتصال يتم بين متصل ومتصل به، أو مرسل ومستقبل بقصد توصيل أخبار أو معلومات أو حقائق، ويكون عادة الهدف إحداث تأثير في المتصل بهم يهدف اليه المتصل، هذا التأثير يكون بمثابة ردة فعل أو استجابة فورية أو نهائية إذا ما جاءت حسب توقعات المتصل. يكون الاعلام قد حقق أهدافه في التأثير في سلوك الآخرين بناء على المعلومات والافكار والحقائق التي وصلت إليهم.

2. مفهوم وسائل الاعلام:

توجد تعاريف مختلفة لوسائل الاعلام نلخص منها(4):

يمكن اعتبار وسائل الاعلام على أنها جميع الادوات التي تستعمل في صناعة الاعلام وايقال المعلومات الى الناس بدءا من ورقة الصحيفة وانتهاء بالحاسبات الآلية والاقمار الاصطناعية، إلا أن وسائل الاعلام بصفة عامة أو كما تسمى وسائل الاتصال الجماهيري تنقسم الى وسائل مقروءة، سمعية ووسائل سمعية بصرية.

في هذا التعريف تم التركيز على وظيفة وسائل الاعلام كأدوات لتوصيل المعلومات الى المجتمع في القاموس السياسي الانجليزي-الامريكي: فهو تعبير مقتبس من المصطلحات المتداولة في القاموس يقصد به جميع وسائل نشر الثقافة بما فيها من صحافة وراديو وسينما وتلفزيون وكتب واعلانات، التي تتجه الى القطاعات الواسعة من الناس وتعتمد على تقنية صناعية متطورة تسمح لها أن تصل الى هؤلاء الناس دون أي عائق.

في هذا التعريف يتضح أن وسائل الاعلام تعمل على نشر الثقافة، وهذا بمختلف انواعها من صحافة وراديو وتلفزيون....، وهي توجه الى جميع أفراد المجتمع مركزا بذلك على صفة العمومية، كما يتم الاعتماد على التطور التكنولوجي لهذه الوسائل الذي يسهل من مهمة ايقال المعلومة الى المجتمع. ويمكن تعريفها أيضا بأنها أحد اشكال الاتصال الجماهيري ويقصد بالاتصال عملية التفاعل الاجتماعي من أجل اشباع الحاجات المتنوعة، فهو من اهم المظاهر البشرية الاجتماعية لأنه نتاج للتفاعل بين الفرد والمجتمع وهو الضرورة البشرية الملحة المستمرة التي يعيش معها طوال عمره لإشباع حاجاته المتعددة. يتضح من هذا التعريف أن وسائل الاعلام شكل من أشكال التواصل الاجتماعي كظاهرة نتجت عن التفاعل بين الفرد والمجتمع، وهذا بهدف اشباع حاجات الفرد المتعددة من خلال التعامل معها مدى الحياة.

من خلال هذه التعاريف يمكن استخلاص ما يلي:

- وسائل الاعلام هي أدوات لتوصيل المعلومات الى المجتمع
- وسيلة لنشر الثقافة

- وسيلة التفاعل الاجتماعي التي تربط بين أفراد المجتمع

من جملة التعاريف المقدمة يمكن تعريف وسائل الاعلام كما يلي:

هي كل الادوات الاعلامية المقروءة، المسموعة، والمرئية التي تنقل للأفراد الخبر والحدث والمعلومة وبدخول العالم مرحلة الانترنت أخذت ثورة الاتصالات بعدا جديدا غير مسبوق واصبحت مواقع الانترنت والبريد الالكتروني يلعبان دورا مزايدا في تسهيل تدفق المعلومات بسرعة مذهلة وتكلفة اقتصادية بسيطة وهذا حسب اختلاف انواعها، تستخدم حسب الموقف والحدث.

3. أنواع وسائل الاعلام:

تعددت وسائل الاعلام واختلفت تاريخيا، واتبعت اساليب علمية مهنية وتقنية مدروسة، وقد تم

تقسيمها كما يلي: (5)

أ. الصحافة المكتوبة:

ترجع جذورها الى القرن التاسع عشر، وهناك جزء بارز من الصحافة المكتوبة يطلق عليها صحافة الرأي، بمعنى أنها تخلق فضاء للتعبير حيث تكون موضع جدل ومعارضة على الموضوعية والحياد للأحداث، حيث تعرف بأنها الاداة التي تمد الرأي العام بأكثر الاحداث الانية وذلك في سلسلة قصيرة ومنظمة، كما تعرف بانها العملية الاجتماعية لنشر الاخبار والمعلومات الشارحة الى جمهور القراء من خلال المطبوعة لتحقيق أهداف معينة، وتتكون من الجرائد والمجلات.

ب. التلفزيون:

عمليا هو طريقة ارسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والاقمار الاصطناعية، ويعرف بأنه وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد عن طريق الدفع الكهربائي بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والاقمار الاصطناعية.
ج. الإذاعة :

تعتبر الإذاعة من الوسائل الفعالة في توصيل الرسائل الى جماهير عريضة، فهي تستطيع أن تترجم الحدث بشكل فوري نظرا لبساطتها. كما أن انها تستطيع عن طريق النص الجيد والاخراج الدقيق وحسن استغلال الامكانيات الإذاعية أن تصل الى استثارة خيال المستمع فتجعله يعيش في إحدى البرامج الإذاعية بكل جوارحه وأحاسيسه.

ثانيا :الاعلام الجديد

يمثل الاعلام الجديد مظهرا جديدا كليا، ليس في إطار دلالات علوم الاتصال فقط، ولكن في مجمل ما يحيط بهذا النوع المستحدث من الاعلام من مفاهيم خاصة، ولتوضيح ذلك سنتعرض الى : مفهوم الاعلام الجديد، وسائل الاعلام الجديد، خصائص الاعلام الجديد .

1. مفهوم الاعلام الجديد:

بداية لا بد من توضيح أن مصطلح الاعلام الجديد هو مصطلح حديث العهد، لم يجد تعريفا واحدا بين منظري العلوم الانسانية نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، وعكس هذا المصطلح في بداياته التطور التقني الكبير الذي طرأ على استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة في الاعلام، ولاحقا بعد ثورة الانترنت أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الافراد والجماعات على هذه الشبكة بالشبكة العنكبوتية العملاقة.

ومن تعريفات الاعلام الجديد نجد:

تعريف قاموس التكنولوجيا الرقمية" اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة(6) " وعرفه ليستر : هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو(7).

هو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر والشبكات والوسائط المتعددة يتضح من التعاريف السابقة أن هناك حالتين تميزا الاعلام الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الاعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول الى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت مع بعضها البعض فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الانتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس التي تميزه وهي اهم سماته.

ولقد تعددت اسماء الاعلام الجديد، ولم تقف على اسم موحد ومن هذه الاسماء :الاعلام الرقمي، الاعلام التفاعلي، الاعلام الشبكي، أعلام المعلومات(8).

2. وسائل الاعلام الجديد

تتعدد وسائل الاعلام الجديد لنذكر منها(9) :

أ. البريد الالكتروني : هو ارسال الرسائل من حاسوب الى آخر عبر الشبكة والى المستخدم في أي مكان.
ب. شبكات التواصل الاجتماعي :انتشرت هذه الشبكات في نهاية2007 ، وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعي واشهرها الفيس بوك (Facebook) والتويتر(Twiter) ن وتميزت بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة وسرعة مواكبة الاحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وغدارة المضامين الاعلامية وجعلتهم أكثر تفاعل ومشاركة في مختلف القضايا.

ج. المدونات :هي يوميات شخصية على الشبكة يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص على الحاسوب وارساله فور الاتصال بالشبكة ليظهر على صفحة الموقع المعني، وهي تمزج عمدا بين

المعلومات والآراء كما تترافق مع ربط بمصدر أصيل أو بمفكرة أخرى أو بمقالة ينصح بها كاتب اليوميات أو يعلق عليها، وأول مدونة من هذا الصنف ترجع الى أكتوبر 1994 وهي منسوبة الى دايف وينر، مبرمج أحد البرامج الالكترونية الأكثر شيوعا ومطورة تحت اسم منيلا. إن مدونات الانترنت تعتبر واحدا من اهم تطبيقات الاعلام الجديد هو البلوغ Blog أو ويب بلوغ weblog. كما أطلق عليه عربيا المدونة، وهي عبارة عن موقع على الانترنت يستخدم كصحيفة يومية يوميات الكترونية فردية تعبر عن صاحبها وتركز على موضوع معين.

د. الويكي: هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية أشهر هذه المواقع موقع wikipedia وهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم.

كلمة الويكي wiki بلغة شعب جزر هاواي الاصليين تعني بسرعة، أما بلغة التكنولوجيا فهي تعني نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الانترنت.

هـ. البودكاست: هي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه دون الحاجة الى زيارته في كل مرة وتحمل المحتوى يدويا، فالمستخدم الذي يملك تطبيقا على جهازه كتطبيق iTunes Apple مثلا، يمكنه الاشتراك في خدمة البودكاست لأي موقع يريد بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة، ثم يقوم iTunes بتحميل الملفات الجديدة أوتوماتيكيا في حال توفرها.

و. المنتديات: هي عبارة عن برامج خاصة تعمل على الموقع الاعلامي أو اي مواقع أخرى ذات طابع خاص أو عام على شبكة الانترنت وتسمح بعرض الافكار والآراء في القضايا او الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع، واتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فوريا، سواء كان ذلك مع أو ضد الآراء والافكار المطروحة، دون قيود على المشاركين باستثناء القيود التي يضعها مسؤولو المنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم المقام على البرنامج.

ز. مجتمعات المحتوى: (هي مجتمعات) موقع (على الشبكة تسمح بتنظيم ومشاركة انواع معينة من المحتويات، أشهر المجتمعات تهتم بالصور كموقع Fliker والفيديو كموقع YouTube.

3. خصائص الإعلام الجديد

هناك سمات مميزة للوسائل الاعلامية الراهنة من أبرزها ما يلي (10) :

أ. التفاعلية: التفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، هذه الخاصية أضافت بعدا جديدا هاما لأنماط وسائل الاعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي الى المستهلك مع امكانية اختيار مصادر المعلومات والتسليّة التي يريدها متى أراد وبالشكل الذي يريده.

ب. الاجماهيرية: وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه الى فرد أو الى جماعة معينة، وليس الى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة الى مستهلكها.

ج. التنوع: وتعني التنوع في عناصر العملية الاتصالية التي وفرت للمتلقين اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودافعه للاتصال، وهذا التنوع ادى الى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الاعلامية الذكية والوكيل الاعلامي الذي يقوم ببناء على برامج خاصة بمسح كافة الوسائل الاعلامية والمواقع بحثا عن المواد الاعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في حزمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة.

د. قابلية التحريك أو الحركة: هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال في اي مكان الى آخر أثناء حركته مثل التلفون المحمول.

هـ. تجاوز الحدود الثقافية: نتيجة توفر امكانيات الاتصال ورخص تكلفتها، مما أدى بالتالي الى تجاوز الحدود الجغرافية وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال.

و. وحدتي المكان والزمان :طبيعي ان يرتبط الالتزام بأشكال الاتصال التي لا يعتبر التزام بين عمليتي الارسل والاستقبال شرطا ضروريا لها مثل البريد الالكتروني أو التعرض لمواقع المواد الاعلامية مثل الصحف وبرامج التلفزيون والمواقع التعليمية والترفيهية المختلفة أو الاتصال الذي يتم من خلال الحوار أو الحديث والردشة أو الاتصال الانمي بالمجموعات والمؤتمرات فإن التزام يعتبر شرطا ضروريا للاتصال وان كان لا يتطلب وحدة المكان بين أطراف عملية الاتصال.

ثالثا: النشاطات الاعلامية المقاولاتية

يمكن القول ان الاعلام المقاولاتي هو الاعلام الذي يعنى بنشر ثقافة المقاولاتية وروح المبادرة لدى الشباب من أجل دفعهم للولوج الى عالم الاعمال مما يساهم في رفع معدلات النمو الاقتصادي.

1. وظائف الاعلام المقاولاتي :

من خلال وظائف الاعلام يمكن ابراز اهم وظائف الاعلام المقاولاتي فيما يلي:
التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات :أن توجيه المجتمع الى ثقافة المقاولاتية وأفكار الابداع تمارس بشكل مباشر عن طريق وسائل الاعلام المنتشرة، فكلما كانت المادة الاعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى ازداد تأثيرها على الشباب في توجيههم نحو خلق مؤسساتهم الخاصة.
زيادة الثقافة والمعلومات عن دور المقاولاتية في المجتمع :التثقيف هو زيادة معلومات الفرد بواسطة وسائل الاعلام وليس بالطرق والوسائل الاكاديمية التعليمية، والتثقيف يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد وواقعه المعاش، من خلال ابراز تجارب الدول في المقاولاتية واعطاء احصائيات واقعية لتطور الاقتصاد .ويمكن الحديث هنا عن التثقيف المخطط الذي هو حصيلة التوجيه والتبشير باعتماد برامج اعلامية تخص نشر أفكار في القطاعات الزراعية أو الصناعية أو السياحية، وكذلك خطوات دراسة الجدوى وكيفية اعداد مخططات الاعمال.

الاتصال الاجتماعي والعلاقات البيئية :يعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الافراد، هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف عن الافكار والتجارب المبتكرة والناجحة والابداعات المحققة ومدى مساهمتها في الاقتصاد، وتتطور هذه المشاريع وتنتشر هذه الافكار بين الافراد عن طريق وسائل الاعلام، التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية والخبرات والافكار بين الافراد والاستفادة من خبرة كل شخص، فعندما تقدم وسائل الاعلام كل يوم عن أخبار خلق المشاريع في مختلف المجالات ونجاحها ومدى مساهمة الدولة في مرافقتها وتمويلها، فإن ذلك يكون صلة وصل يومية عن تناقل الاخبار بل إنها وسيلة لتحفيز الشباب.

2. نماذج الاعلام المقاولاتي:

إن المجهودات المبذولة من طرف الدولة باستحداث اليات وأجهزة تسعى من ورائها الى ترقية المقاولاتية، وذلك بتقديم مزيج من الخدمات المتنوعة والكفيلة لمساعدة المقاول من أجل التغلب على مختلف الصعوبات التي قد تواجهه عند إنشاء مؤسسته، لا يكملها الا الاعتماد على نشاطات اعلامية لتوجيه المقاولين وتحفيزهم ونشر الثقافة المقاولاتية بينهم، ومن أمثلة ذلك نذكر:

أ. الاسبوع العالمي للمقاولاتية⁽¹¹⁾ :

ويتم انطلاق هذا الاسبوع خلال مواعيد من شهر نوفمبر كل سنة، والذي ينظم بالتنسيق مع مديرية الصناعة والاستثمار، وعادة ما يكون في الجامعات.
ويهدف هذا الاسبوع الى ابراز مدى اهمية ترقية وترسيخ روح المقاولاتية في اوساط الشباب، واكتشاف المواهب الجديدة والابتكارات الرائدة لمساعدتهم على انشاء مشاريعهم ومرافقتهم.

وتكون الفرصة مواتية أمام الطلبة للحصول على فضاء واسع من الفرص في مجالات المقاوالاتية والتكوين العلمي من خلال برامج التدريب والدورات التكوينية. ويرمي هذا الحدث الى تعزيز دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتنمية القدرات الاقتصادية المحلية لاسيما في مجالات الفلاحة والموارد المائية والهندسة المدنية والصناعات التحويلية والطاقة والكيمياء والتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال.

ب - القافلة الاعلامية حول التشغيل⁽¹²⁾ :

وهي قافلة تابعة لوزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي، يتم تنظيمها دوريا كل سنة، في كل ولاية على حدة تجوب مجموع بلديات كل ولاية، وتقدم للشباب والزوار، ضمن هذه الفعاليات، شروحات وافية حول مختلف آليات الدعم التي توفرها الدولة في سياق إستراتيجيتها الرامية إلى توفير مناصب الشغل والقضاء على البطالة. كما تقدم بالمناسبة، مجموعة من المطويات الاعلامية الخاصة بمختلف الأجهزة المشاركة في فعاليات هذه القافلة الاعلامية حملت ضمن صفحاتها شروط الاستفادة وأيضا الملف الإداري الواجب استيفاءه للتقرب إلى مختلف أجهزة التشغيل بالولاية. وتضم هذه القافلة الاعلامية مجموعة من الأجنحة لمختلف أجهزة دعم تشغيل الشباب وشركاء القطاع، على غرار الوكالة الولائية للتشغيل والوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب والصندوق الوطني للتأمين عن البطالة وكل من صندوقي التقاعد والتأمين للعمال الأجراء وغير الأجراء.

ج - القافلة الوزارية للبريد والمواصلات⁽¹³⁾ :

أنشئت هذه القافلة باتفاقية بين اتصالات الجزائر والوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب "أونساج"، بالشراكة مع الجمعية الوطنية للشباب المستفيد من القروض والشباب المستثمر، القافلة الوطنية للمؤسسة المصغرة، من أجل تحسيس وتشجيع الشباب على إنشاء مؤسسات مصغرة في مجال الرقمنة (الاياف البصرية)، الاتصالات والإعلام الآلي، لتجوب هذه القافلة كافة ولايات الوطن.

د . الايام الاعلامية بدار المقاوالاتية:

تم إنشاء دار المقاوالاتية بكل جامعات الوطن والتي تتمثل مهمتها الاساسية في الاعلام والمرافقة للطلبة الجامعيين الراغبين في انشاء مؤسسات مصغرة، ومنحهم الخبرة والمعرفة الضرورية وتقديم المعلومات اللازمة لمساعدتهم على تجسيد أفكارهم على أرض الميدان.

ويتمثل مهام دار المقاوالاتية في الاتي:

تنظيم أيام دراسية .

تنظيم أيام تحسيسية حول المقاوالاتية

تنظيم معارض وتقديم نماذج عن المشاريع الناجحة.

تنظيم ندوات وموائد مستديرة مع الاساتذة والطلبة والباحثين.

تنظيم مسابقات عن أحسن الأفكار للمشاريع

تنظيم ملتقيات وطنية ودولية.

هـ . الايام الاعلامية بمراكز التكوين المهني⁽¹⁴⁾ :

طبقا للاتفاقية المبرمة بين الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ووزارة التكوين المهني، تقوم الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ببرمجة أيام تحسيسية إعلامية لمراكز التكوين المهني والملاحق كل سنة من أجل نشر ثقافة المقاوالاتية والعمل الحر لدى الطلبة، وذلك بمساعدة الطلبة وتوجيههم لاختيار افكار لمشاريع استثمارية ناجحة خاصة في مجالي الزراعة والصناعة، وكذلك ضمان دورات تكوينية حول كيفية انشاء مؤسسة مصغرة.

خلاصة:

من خلال ما تم تقديمه يمكن الاستنتاج أن للإعلام أهمية كبيرة في التشجيع على المقاوالاتية، حيث تعتبر الوسائل الاعلامية عبارة عن وعاء للمعرفة وذات توعية وتحفيز، وكل هذه الوسائل لها قيمة للاتصال وتنوعها يزيد من قيمة الاعلام والاتصال عموما وخاصة فيما يتعلق بالمقاوالاتية. ومن خلال اجراء مقابلة مع مسؤولين بالوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب بالجلفة، حيث أكد أغلبهم أن الايام التحسيسية والتكوينية هي أفضل وسيلة إذا ما قورنت بالاعلام عن طريق الاذاعة أو التلفزيون أو الجرائد أو المنتديات أو مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات.... لأن الاحصائيات والتي لم نتحصل عليها (تشير انه وبعد كل اجراء ايام اعلامية يتقدم للوكالة اصحاب افكار رائدة وابداعية ومنهم من حصل على جوائز وطنية ودولية، بما يؤكد أن النشاطات الاعلامية تولد مقال متخصص في مجاله يكون أكثر فعالية ودراية.

الهوامش:

- (1) فاروق خالد، الاعلام الدولي والعولمة الجديدة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 9
- (2) مختار يمينية، أثر الاحداث السياسية المشاهدة على التنشئة السياسية للطفل على التلفزيون، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص.15
- (3) نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.
- (4) قاسم نسرين، دور وسائل الاعلام والاتصال في تفعيل السياسة الامة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة بسكرة، 2013/2014، ص.19
- (5) سناء محمد الجبور، الاعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص.63
- (6) عودة العربي، اسهام وسائل الاعلام في ترقية المجتمع، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام غير منشورة، جامعة بسكرة، 2006، ص.88.
- (7) نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.
- (8) سليمان زيد منير، الصحافة الالكترونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص.55
- (9) بتصرف بالاعتماد على كل من :سليمان زيد منير، مرجع سبق ذكره، ص.56، وكذلك أبو عيشة فيصل، الاعلام الالكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص.23.
- (10) محمد بن عبد الرحمان، كيف تؤثر وسائل الاعلام على دراسة النظريات، مكتبة العبيكان، السعودية، ط2، 1998، ص 122
- (11) <http://www.djazairress.com/elmassa/76715> تاريخ الاطلاع 18/07/2016
- (12) بتصرف بالاعتماد على وثائق من الوكالة الوطنية لتشغيل الشباب بالجلفة
- (13) <http://www.al-fadjr.com/ar/index.php?news=311040> تاريخ الاطلاع 18/07/2016.
- (14) بتصرف بالاعتماد على وثائق من الوكالة الوطنية لتشغيل الشباب بالجلفة