

المؤسسات الناشئة في تخصص الإعلام والاتصال: بين ثنائية الإمكانيات المتاحة والصعوبات المحتملة -دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من الأساتذة الجامعيين بالجزائر-

Media and Communication Start-ups : Between the Duality of Available Opportunities and Potential Difficulties -A Field Study from the Perspective of a Sample of University Professors in Algeria

سلمى مساعدي^{1*}

¹ مخبر الدراسات والبحوث التاريخية في التراث والحضارة، جامعة عباس لغرور - خنشلة - جامعة مولود معمري تيزي وزو (الجزائر)، selma.messaadi@ummo.dz

تاريخ القبول: 2026/02/27

تاريخ الإرسال: 2025/02/27

ملخص:

جاءت هذه الدراسة محاولة البحث في تجربة المؤسسات الناشئة في تخصص الإعلام والاتصال وفقا للقرار الوزاري رقم 1275 الذي يجسد دعم الفكر المقاولاتي، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من أساتذة التخصص بالجامعات الجزائرية، اعتمدنا فيها على منهج المسح، وعلى أداة المقابلة البورية عبر الخط كأداة لجمع بياناتها ومعطياتها.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من أبرزها: أنه على الرغم من محاولة الوزارة الوصية توفير مختلف الإمكانيات المادية الهيكلية والبشرية، إلا أن فكرة إنشاء مشاريع تخرج مؤسسات ناشئة في تخصص الإعلام والاتصال تكتنفها عدة صعوبات وتحديات، منها ما تعلق بطبيعة التكوين في التخصص وما تعلق بالكادر البشري بما في ذلك الطالب والهيئة المرافقة له وصولا إلى الصعوبات المالية، في ظل التكوين الأكاديمي من جهة وما يفرضه الواقع المهني من جهة أخرى.

كلمات مفتاحية: مقاولاتية؛ مؤسسات ناشئة؛ قرار وزاري رقم 1275؛ تخصص الإعلام والاتصال.

Abstract

This study aims to explore the experience of Startups in the field of media and communication in light of Ministerial Decree No. 1275, which reflects support for entrepreneurial thinking. A field study was conducted on a sample of professors specializing in the discipline at Algerian universities. The study employed the field survey method using a sample approach, with the online focus group interview serving as the primary tool for data collection.

The study reached several findings, the most notable of which is that despite the efforts of the supervising ministry to provide various material, structural, and human resources through entrepreneurship programs and university business incubators, the idea of establishing startup graduation projects in the field of media and communication specifically faces multiple difficulties and challenges. These include issues related to the nature of training in the field, the human resources including students and their supporting faculty—as well as financial difficulties, all within the context of academic training on one hand and the demands of the professional reality on the other.

Keywords: Entrepreneurship; Startups; Ministerial Decree No. 1275; Media and Communication.

1- مقدمة

يعتبر القرار الوزاري 1275 بمثابة نقلة نوعية في مجال البحث العلمي، فمنذ صدوره سنة 2022 حمل القرار معه بوادر التغيير والانتقال بمخرجات الجامعة الجزائرية من الكم إلى الكيف سيما في مجال الابتكار التكنولوجي، وذلك بإقرار إمكانية تخرج الطلبة في الأطوار النهائية " ليسانس، ماستر ودكتوراه " بمشروع مبتكر أو مؤسسة ناشئة تضمن لهم الاستقلالية المالية، المساهمة في خلق الثروة، التقليل من نسبة البطالة وتوفير مناصب شغل.

حيث سعى هذا القرار إلى طرق أبواب عالم ريادة الأعمال وزرع روح المقاوالية لدى جيل جديد من الشباب، أين يتشكل الفكر المقاوالاتي ويصقل طيلة مسيرة الطالب الجامعية ليتوج بمشروع تخرج على شكل مؤسسة ناشئة، يحظى خلال ذلك الطالب المقاول بمرافقة متخصصة من طرف هيئات تشرف على الفكرة منذ بدايتها إلى غاية إطلاقها، تتمثل تلك الجهات في دور المقاوالية وحاضنات الأعمال الجامعية التي عملت الوزارة الوصية على توطئتها في مختلف جامعات الوطن.

جاء القرار أيضا بفكرة سابقة من نوعها تتمثل في إمكانية إنشاء فريق عمل يتكون من طالبين إلى ستة طلبة من نفس الكلية أو من تخصصات مختلفة على أن يتخرج كل أعضاء الفريق بنفس الموضوع، وهذا ما لم يكن مقبولا أو معمولا به ضمن الجامعات الجزائرية من قبل، حيث تم القفز على حاجز اختلاف التخصص وسقطت معه بعض الحدود الفاصلة ما بينها، على الرغم من أن البحث العلمي في العلوم الطبيعية والتقنية يختلف في علوم أخرى كالعلوم الإنسانية عامة وعلم الإعلام و الاتصال خاصة، الذي يعرف خصوصية من حيث مواضيعه، خلفياته الاستيمولوجية، مقارباته النظرية ومنهجية البحث فيه. كما أن جوهر هذا القرار مبني على مبدأ الأفكار الإبداعية المبتكرة في المجال التكنولوجي التي تسعى إلى إيجاد حلول تقنية أو رقمية لمؤسسات قائمة أو مستقلة بذاتها، الأمر الذي يطرح العديد من التساؤلات حول إمكانية تطبيق آلياته ضمن العلوم الإنسانية وتحديدًا ضمن تخصص علوم الإعلام والاتصال.

من هنا جاءت فكرة هذه الدراسة التي نحاول من خلالها البحث في آليات تطبيق القرار الوزاري 1275 ضمن تخصص علوم الإعلام والاتصال بالتركيز على الإمكانيات المتاحة والصعوبات التي يمكن أن تواجه الطلبة في إطار مذكرة تخرج مؤسسة ناشئة.

إشكالية الدراسة

تتمحور إشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيس الآتي: ما هي الإمكانيات المتاحة من أجل إنشاء مؤسسات ناشئة في تخصص الإعلام والاتصال حسب القرار الوزاري رقم 1275، وما هي الصعوبات المحتملة التي يمكن أن تقف عائقا أمام تحقيق ذلك في ظل التكوين الأكاديمي من جهة وما يفرضه الواقع المهني من جهة أخرى؟

المؤسسات الناشئة في تخصص الإعلام والاتصال: بين ثنائية الإمكانيات المتاحة والصعوبات المحتملة -دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من الأساتذة الجامعيين بالجزائر-

وللاجابة عن إشكالية الدراسة ارتأينا تجزئة التساؤل الرئيس إلى التساؤلات الفرعية الآتية:
س1- ما هي الإمكانيات المتاحة من أجل إنشاء مؤسسات ناشئة في تخصص الإعلام والاتصال حسب القرار الوزاري رقم 1275؟
س2- ما هي الصعوبات المحتملة التي يمكن أن تقف عائقا أمام إنشاء مؤسسات ناشئة في تخصص الإعلام والاتصال في ظل التكوين الأكاديمي من جهة وما يفرضه الواقع المهني من جهة أخرى؟
أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على المؤسسات الناشئة في تخصص الإعلام والاتصال في الجزائر، وتقييم دور القرار الوزاري 1275 في دعم هذه المؤسسات، ذلك من خلال الكشف عن الإمكانيات المتاحة للمؤسسات الناشئة والتحديات التي تواجهها خاصة في ظل التكوين الأكاديمي من جهة وما يفرضه الواقع المهني من جهة أخرى، واقتراح حلول لتذليل هذه التحديات وتعزيز دور المؤسسات الناشئة في تطوير قطاع الإعلام والاتصال.

2- مفاهيم الدراسة

2-1- مفهوم الثقافة المقاولاتية

تعرف الثقافة المقاولاتية بأنها مجموعة من القواعد القيمية والعملية التي يتقاسمها المنتمون إلى المقاول، التي تسعى إلى تحقيق المنافع الاقتصادية والاجتماعية للدولة والمجتمع، ومن بين تلك القيم نجد: التنظيم والتدبير، الكفاءة، التنافسية، الإبداع، القدرة على التجديد والابتكار. بمعنى آخر فإن الثقافة المقاولاتية هي حجم الثقافة التي يجب أن يتمتع بها المقاول التي تمكنه من إنشاء المشروع الخاص به وكيفية الوصول به إلى نقطة النجاح. (وريدة، 2021، صفحة 351)

2-2- مفهوم المؤسسات الناشئة

يمكن تعريف المؤسسات الناشئة بأنها عبارة عن شركات أو مشاريع تجارية صغيرة أو متوسطة الحجم تم تأسيسها حديثا وتعمل في مجالات متنوعة، تتميز هذه المؤسسات بالمرونة والقدرة على التكيف مع التحديات المتعددة التي تواجهها في بيئة الأعمال، كما تتميز المؤسسات الناشئة بروح الابتكار والإبداع وتعتبر محركا رئيسا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات، ومن خصائصها الفكرة الجديدة، النمو السريع، التكنولوجيا، المرونة، التنظيم، التكاليف. (بوغمبوز و الهاشمي، 2024، صفحة 563)

2-3- مفهوم حاضنات الأعمال الجامعية

يمكن تعريف حاضنات الأعمال الجامعية بأنها الأماكن التي توفرها الجامعة ليستفيد منها الطلبة والأساتذة لممارسة إبداعاتهم وعمل ابتكاراتهم وإقامة مشاريعهم الصغيرة، وتشمل أماكن

القاعات الدراسية والمختبرات العلمية والقاعات الحاسوبية أو أي أماكن معدة لهذا الغرض في الجامعات.

وهي بذلك بيئة مهمة لدعم وتشجيع رواد الأعمال المبتكرين في المجال الأكاديمي، إذ توفر هذه الحاضنات المساحة والإمكانيات للطلبة والأساتذة على سبيل المثال: تقديم الدعم الفني والتقني، المساعدة في التوجيه للحصول على الدعم المالي، توفير فرص التفاعل والتواصل بين عدة أطراف مما يساعد على توسيع الشبكات الاجتماعية والعملية وتعزيز فرص نجاح المشاريع الناشئة. (أمرار وفوكة، 2023، صفحة 789)

3 – الإمكانيات المتاحة من أجل إنشاء مؤسسات ناشئة حسب القرار الوزاري رقم 1275

بعد أن احتضن المشرع الجزائري فكرة مذكرة التخرج مؤسسة _ ناشئة كان لا بد له من مرافقتها بأقطاب متخصصة تسهر على مرافقة الطلبة خلال بلورة مشاريعهم المبتكرة من خلال متابعتهم وفق برنامج وزاري يخص جميع جامعات الوطن من خلال تنصيب حاضنات الأعمال الجامعية تكون هذه الأخيرة داخل الحرم الجامعي أو على مستوى مراكز البحث العلمي إذ تعمل على تطور الفكر الإبداعي للمنتمين لها من طلبة وباحثين.

أنشأت حاضنات الأعمال الجامعية بناء على هذا القرار حيث أصبحت تتوفر على مستواها الأساسية التي يحتاجها كل شخص منتمي من مساحة عمل ومخابر علمية وكذا الأجهزة الالكترونية والعديد من الموارد التي تكون على عاتق الدولة، بغرض تسهيل وزيادة فرص الابتكار وتنمية جل المشاريع المبتكرة. (حمادي ونبيل، 2024، صفحة 145)

إضافة إلى ما سبق، تقدم حاضنات الأعمال الجامعية أيام دراسية وفقا للبرنامج الوزاري وأيام تدريبية لفائدة الطلبة المنتمين، تكون الأيام الدراسية على مستوى كل كلية حيث يقوم مدير الحاضنة أو أحد المسؤولين الأعضاء بتقديم عرض تفصيلي حول القرار 1275 وكذا دور الحاضنة في متابعة مشاريعهم مع إمكانية توفير الموارد البشرية والمادية لتسخير ذلك، مع تقديم محاضرات خاصة بموضوع كيفية حماية فكرة المشروع أو المؤسسة الناشئة وكيفية تسجيلها ضمن الهيئات المختصة.

أما بالنسبة للدورات التدريبية فإن حاضنات تنضم ورشات تدريبية لفائدة الطلبة والباحثين المنتمين، يتم فيها طرح البرنامج وكيفية بدء مؤسسة ناشئة أو كيفية تئمين مشاريع مبتكرة وحصولها على رسم لابل، إضافة إلى كيفية الاستفادة من التمويل للمشاريع وعرضها على المستثمرين مع تقديم أهم خطط نجاح واستمرار هذه الأخيرة. كما أن الحاضنة تشرف على الزيارات الميدانية على مستوى جامعات الوطن من أجل زيادة الإنتاجية وتسهيل التواصل وفق برنامج وطني تحت إشراف مدير رئيسي لحاضنات الأعمال الجامعية لفائدة رؤساء حاضنات الأعمال الجامعية. (القرارو 1275، 2022)

المؤسسات الناشئة في تخصص الإعلام والاتصال: بين ثنائية الإمكانيات المتاحة والصعوبات المحتملة -دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من الأساتذة الجامعيين بالجزائر-

4- الإطار المنهجي للدراسة

4-1- نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي " تهدف إلى شرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة والمعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة، ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور حوله تلك الأحداث والوقائع، بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة تسهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات أو الغموض الذي يكتنف بعض الظواهر. (الطائي و ميلاد، 2007، صفحة 95)

يهدف هذا النوع من الدراسات إلى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد ومتغيرات الظاهرة المدروسة وذلك من خلال تحديد ماهية الأشياء، إذ تتفاوت درجة الوصف المطلوبة من دراسة لأخرى وفقا لهدف الدراسة وتساؤلاتها، وتبعاً لذلك اعتمدت الدراسة منهج المسح الميداني بالعينة منهجاً لها والذي يعرف بأنه "جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة" (حسين، 1995، صفحة 67)

وعليه يعد منهج المسح بالعينة الأنسب إذا ما تعلق الأمر بدراسة آراء ووجهات نظر المبحوثين في موضوع أو ظاهرة ما، وهو ما ينسحب على الدراسة الحالية التي تهدف إلى تسليط الضوء على تجربة المؤسسات الناشئة في تخصص الإعلام والاتصال، من خلال وجهة نظر وآراء عينة من الأساتذة في الجامعات الجزائرية.

4-2- أدوات جمع البيانات

تم الاعتماد على أداة المقابلة البؤرية عبر الخط **online focus groups**، حيث يشير مصطلح المقابلات البؤرية عبر الخط إلى "استخدام المجموعات البؤرية ضمن بيئة الانترنت بدلا من استخداماتها التقليدية وجها لوجه، حيث يعرف كل من Anastasia و Gertina تلك الأخيرة بأنها "مجموعات نقاش تفاعلية تتشكل من عدد من الأفراد المتطوعين الذين وافقوا على المشاركة في مجموعات النقاش على الانترنت، من أجل استكشاف موضوع معين لأهداف البحث." (Gertina و Anastasia، 2015، صفحة 1)

يمكن إجراء هاذ النوع من المقابلات عبر الخط بطريقتين إما بشكل غير متزامن أو بشكل متزامن، وهو ما تم اعتماده في هذه الدراسة حيث تتم المقابلات المتزامنة بعد التحضير المسبق لها والاتفاق على موعد محدد مع كل الأعضاء المشاركين الذين يتصلون بالانترنت في ذات الوقت ويتفاعلون مع أسئلة المقابلة وردود بعضهم البعض فوراً. (Kiek و Zwaanswijk، 2009، صفحة

(2)

وتبعاً لذلك قمنا بالتحضير المسبق للمقابلة من خلال ضبط برنامج زمني بعد الاتفاق مع الأساتذة الجامعيين في تخصص علوم الإعلام والاتصال عينة الدراسة، على أن تجري المقابلة في شكل مجموعات نقاشية متزامنة باستخدام تطبيق ميسنجر.

أما عن سير مجريات المقابلة في مجموعات النقاش على الميسنجر فقد استعنا بأسلوب المقابلات نصف الموجهة حيث تم اقتراح الموضوع العام للمحاور مع الالتزام بدرجة من التوجيه من خلال تحضير مجموعة من الأسئلة المعدة سلفاً والاستعانة بدليل المقابلة الذي يحوي المحاور والأسئلة المتفرعة عنها، والموضحة كما يلي:

✓ المحور الأول: الصعوبات الناجمة عن التكوين الأكاديمي في التخصص.

✓ المحور الثاني: الصعوبات المرتبطة بالواقع المهني.

✓ المحور الثالث: الصعوبات المرتبطة بالكادر البشري.

✓ المحور الرابع: الصعوبات المالية.

ضبط برنامج زمني لجمع البيانات

لأن الدراسة الحالية مرتبطة بفترة زمنية قصيرة نسبياً كان لزاماً علينا التقييد ببرنامج زمني قصير، حيث أجريت الدراسة الميدانية خلال الفترة الممتدة ما بين 1 إلى 31 جانفي 2025، بعد الاتفاق مع المبحوثين عينة الدراسة على برنامج يومي لإجراء المقابلات البؤرية وفقاً لما يتناسب مع انشغالهم والتزاماتهم ومقدرتهم على التواجد بشكل تزامني على تطبيق الميسنجر، حيث كان البرنامج الزمني كالتالي:

✓ تقسيم المبحوثين عينة الدراسة إلى مجموعتين تضم كل مجموعة ستة مبحوثين.

✓ تحديد وقت إجراء المقابلات عبر الميسنجر ابتداء من الساعة 9 ليلاً حيث يتزامن دخول أفراد المجموعة مع بعضها البعض.

✓ تجرى المقابلة الأولى مع المجموعة الأولى حول المحور الأول من الدراسة، في اليوم الموالي

تجرى المقابلة الثانية مع المجموعة الثانية حول المحور الأول من الدراسة (نفس الأسئلة تطرح على المجموعتين).

✓ وهكذا تم إجراء جميع المقابلات بشكل دوري تناوبي بما يضمن مشاركة كل أفراد العينة،

والتطرق إلى كل محاور الدراسة بشكل معمق حيث خصصت مقابلة لكل محور مع كلا المجموعتين.

المؤسسات الناشئة في تخصص الإعلام والاتصال: بين ثنائية الإمكانيات المتاحة والصعوبات المحتملة -دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من الأساتذة الجامعيين بالجزائر-

3-4- تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة

3-4-1- تحديد مجتمع البحث:

تمثل مجتمع البحث في أساتذة تخصص علوم الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية" والذي يتسم بكثرة العدد بما يستحيل معه دراسته بالكامل، ولذلك قمنا بتحديد عدد من الأساتذة عبر مختلف الجامعات الذي شكل المجتمع المتاح، ليتم بعد ذلك اختيار عينة منه فقط للدراسة.

3-4-2- عينة الدراسة ومواصفاتها:

من المعروف بأن المقابلات المركزة أو المجموعات البؤرية تجرى في الغالب مع عدد محدد وصغير من الأفراد المشاركين والذين يتراوح عددهم ما بين 8 إلى 12 مبحوثا، وهو ما ينسحب أيضا على إجراءات المقابلات البؤرية عبر الخط، وتبعا لذلك فقد تم اختيار عينة قوامها 12 أستاذا في تخصص علوم الإعلام والاتصال بالجزائر بطريقة قصدية من أجل جمع البيانات والمعطيات حول موضوع الدراسة، والجدول الموالي يبين توزيع عينة الدراسة وخصائصها.

جدول (1): يبين توزيع عينة الدراسة وخصائصها

رقم المبحوث	الجهة	مؤسسة الانتساب
01	جامعات الشرق	جامعة قسنطينة 3
02		جامعة أم البواقي
03		جامعة باتنة 1
04	جامعات الوسط	المدرسة العليا للصحافة
05		جامعة الجزائر 3
06		جامعة الجلفة
07	جامعات الغرب	جامعة غليزان
08		جامعة سيدي بلعباس
09		جامعة مستغانم
10	جامعات الجنوب	جامعة بسكرة
11		المركز الجامعي آفلو
12		جامعة الوادي

المصدر: (إعداد الباحثة)

5- الإطار التطبيقي للدراسة

بعد الانتهاء من عملية جمع البيانات والمعطيات باستخدام أداة المقابلة البورية عبر الخط، قمنا بتصنيف البيانات التي تم جمعها ضمن أقسام تستوعب كل ما تم جمعه، ولذلك بوبت البيانات حسب محاور الدراسة وجاءت بالشكل الآتي:

الصعوبات المتعلقة بإنشاء مؤسسة ناشئة في تخصص الإعلام والاتصال من وجهة نظر مفردات العينة

5-1- المحور الأول: الغموض في مفهوم المؤسسة الناشئة:

من المهم بممكن في البداية التنويه إلى أن فكرة إنشاء مؤسسة ناشئة في الجزائر هي فكرة مستوردة من الولايات المتحدة الأمريكية وكندا، وتم تعميمها لاحقا في أوروبا الغربية وبدرجة اقل في دوليات الخليج وهي الفكرة التي كانت وليدة الظروف الاقتصادية والمجتمعية لتلك البلدان التي تضمن لمواطنيها حرية الإبداع ووفرة التمويل والقفز السريع على العقبات البيروقراطية، وهو ما يغيب في الجزائر كما هو واضح. علما أن فكرة المؤسسات الناشئة تختلف ك"فكرة" جذريا عن فكرة إنشاء مؤسسة صغيرة التي كانت شائعة منذ عدة سنوات خلت (أي ضرورة التفريق بين مؤسسة ناشئة وصغيرة)، إن هذا "الاستيراد" الحر في لفكرة start-up دون توفير البيئة المناسبة لها، أو على الأقل محاولة تكييف الفكرة مع الواقع الجزائري يجعل الفكرة تولد مشوهة إلى حد ما.

ولذلك كان من الضروري القيام بتحضير الأرضية الملائمة قبل الانطلاق في مثل هكذا مشاريع، من خلال تحضير الكوادر البشرية وتأهيلها لاستيعاب فكرة المشروع وأهدافه ومن ثم تحضير الطالب لذلك.

5-2- المحور الثاني: الصعوبات الناجمة عن التكوين الأكاديمي في تخصص علوم الإعلام والاتصال

بالنسبة للتكوين الأكاديمي في تخصص الإعلام فهو نظري يغيب عنه الجانب التطبيقي فلا يسمح للطالب بالاحتكاك بالمجال الميداني حقيقة ليبعد فيه بمؤسسات ناشئة، خاصة ما تعلق بتخصصات كتخصص السمي البصري و الصحافة المطبوعة و الالكترونية، يفتقد الطالب لأجديات الممارسة التطبيقية لأن المعلومات المقدمة له نظرية فلو أطلعنا على أغلب المقاييس في التخصص نجدها تُدرس نظريا في حين خصوصيتها تطبيقية، فهي بذلك تفتقد لروح العمل في المنظمات الذي ينعكس على مخرجات التكوين وإنشاء مشاريع مبتكرة كون أن الطالب لم يتلقى الأساليب التي تمكنه من الخروج من الطابع الأكاديمي إلى المهني.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن البرامج التعليمية والمناهج البيداغوجية ذات الطبيعة النظرية في تخصص الإعلام، يغلب عليها عنصر التكرار والتداخل والفوضى في أغلب المقاييس مما يستدعي

المؤسسات الناشئة في تخصص الإعلام والاتصال: بين ثنائية الإمكانيات المتاحة والصعوبات المحتملة -دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من الأساتذة الجامعيين بالجزائر-

ضرورة إعادة النظر في البرامج المعتمدة، والتي تحتاج إلى تحيين وتطوير بما يتناسب مع المتغيرات الحاصلة في ميدان الإعلام على مستوى التنظير أو الممارسة على حد سواء، فمن غير المعقول غياب مقاييس تتناسب والممارسة الإعلامية ضمن البيئة الرقمية التي غيرت من طبيعة ممارسة مهنة الصحافة التقليدية.

هذا من جهة، أما من جهة أخرى فغياب التجهيزات والمعدات التقنية يجعل الرؤية غامضة نحو الأهداف المسطرة، وتحرم البيئة الأكاديمية الإعلامية من تنفيذ المهارات العلمية المكتسبة بشكل نظري، ما يخلق هوة كبيرة ما بين التكوين في تخصص الإعلام ومتطلبات سوق العمل اليوم، ناهيك عن فكرة إنشاء مؤسسة ناشئة في ظل التكوين الأكاديمي الذي يتلقاه طلبة الإعلام في مختلف الجامعات الجزائرية.

5-3- المحور الثالث: الصعوبات المرتبطة بالكادر البشري

5-3-1- الطالب صاحب فكرة المؤسسة الناشئة:

يعد الطالب الجامعي أهم عنصر من عناصر نجاح مشروع المؤسسة الناشئة أو فشلها، وفي هذا الإطار يمكن رصد مجموعة من المتغيرات المرتبطة بالطالب في تخصص الإعلام من بينها:

الاستعداد لدى الطالب:

غياب الاستعداد لدى ما يسمى بالطالب المؤهل ميدانيا الذي يتمتع بالفكر المقاولاتي نظرا لحدائته، فغالبا الطلبة في تخصص الإعلام يتلقون مقررات نظرية فقط وتغيب لديهم الخبرة الميدانية التي تعتبر من بين أهم الجوانب المتعلقة بإنجاز المشاريع، حيث تغيب الدورات التكوينية في هذا السياق بالجامعة، وفي حال تواجدها تفتقد للدقة العلمية والممارسة المهنية، وكذا آلية وضع الطالب كمحور العملية البيداغوجية كسياسة جديدة جعلت الطالب لا يفرق بين النظام البيداغوجي في الجامعة مقارنة بالنظام التعليمي في مراحل ما قبل الجامعة .

ففي حين مازال عدد كبير جدا من الطلبة لا يتمتع بأبسط مهارات البحث المنهجي والتحرير والتفكير الحر خارج الصندوق، فكيف سيجد نفسه مطالبا اليوم بالتمتع بمهارات أكبر، تلك التي يحتاج إليها الفكر المقاولاتي كمهارة التخطيط، التسيير، التسويق.. إلخ والقدرة على تحويل الفكرة إلى مؤسسة يكون هو مديرها ومحركها ووصيا عليها.

غياب الفكرة الأصلية لدى الطالب:

يعتبر الإبداع وأصالة الفكرة شرطا أساسيا لقبول مشاريع الشركات الناشئة، حيث من الصعب جدا العثور على فكرة أصلية غير مطروقة وجديدة يمكن تحويلها إلى مشروع مربح ومدر للمال، بل إن أكثر الأفكار الأصلية التي شهدتها ميدان الإعلام خلال الربع قرن الأخير كلها مرتبطة بأمور نظرية حاولت تفسير الظاهرة الإعلامية (باستثناء فكرة تطبيقات التواصل الاجتماعي"،

التطبيقات الذكية، التي تعتبر فكرة أصيلة" سبقنا لها الغرب منذ سنوات واستأثر بها وحولها من مؤسسة ناشئة إلى شركات عملاقة متعددة الجنسيات.

فمثلا فكرة البودكاست ، صحافة الموبايل عربيا هي من أبرز المشاريع الحالية لكنها غائبة في الجزائر، ولونذهب للمشاريع المطروحة حاليا في المجال المهني نذكر قناة الشعبية هي قناة إعلامية على شكل مؤسسة تعاون في إنشائها مجموعة من الصحفيين لكن التوجه العام واضح النظام السياسي هو الذي يفرض الخط الافتتاحي دون التصريح بذلك، على الرغم من ظهور ذلك على مستوى الكتابة والأنواع.

هاجس المخاطرة لدى الطالب:

توجس الطلبة الجامعيين في تخصص الإعلام من خوض تجربة إنشاء مؤسسة ناشئة التي تحتاج إلى فكر مقاولاتي يغيب عنهم، في مقابل اعتقادهم بارتفاع نسبة المخاطرة في مشاريع المؤسسات الناشئة في مجال تخصصهم، باعتبارها غير مألوفة ومعروفة بشكل كافٍ في المحيط الاقتصادي والاجتماعي، ذلك لأن نوعية المنتج الذي تقدمه المؤسسة الناشئة في مجال الإعلام غالباً ما يكون عائقاً في تحقيق الربح، حيث يفتقر لشريحة مستهلكين واسعة في المجتمع الجزائري. (حسب قانون العرض والطلب)

إضافة إلى عدم وجود مشاريع مشابهة يستطيع الطالب استلهاهم التجربة منها والاستفادة من المراحل التي مرت بها المؤسسة الناشئة والصعوبات التي واجهتها، الأمر الذي قد يساهم في إقبالهم على مثل تلك المشاريع ويقلل من نسبة تخوفهم من المخاطرة والفشل.

5-3-2-الهيئة المرافقة والمشرفة على المؤسسة الناشئة

في هذا الجانب أكد المبحوثون عينة الدراسة على ضرورة وأهمية تواجد وتوفير هيئة مرافقة تشرف وتؤطر إنشاء المؤسسة بداية من احتضان الفكرة إلى غاية إطلاقها، وهو ما عملت عليه الوزارة الوصية من خلال خلق حاضنات أعمال ودور المقاولاتية على مستوى جامعات الوطن. لكن الإشكال يكمن في مدى تأهيل الطاقم البشري الإداري الذي يشكل تلك الحاضنات ودور المقاولاتية، والذي يحتاج إلى مختصين ذوي خبرة في ميدان المقاولاتية وريادة الأعمال.

هذا من جهة، أما من جهة أخرى فإن المشرف المباشر والمرافق للطلاب في إنشائه لمؤسسته هو بالدرجة الأولى أستاذ أو أستاذين في التخصص، وهذا ما سيخلق عائق لانطلاق المشروع إذا كان الأستاذ متردد وغير مرحب بفكرة المؤسسات الناشئة معتبرا إياها عبء إضافي يقع على عاتقه إضافة إلى الأعباء البيداغوجية والمهام الموكلة إليه، وفي هذا الصدد خصصت الوزارة تحفيز مادي مقابل الجهود المبذولة من أجل تأطير المشروع.

المؤسسات الناشئة في تخصص الإعلام والاتصال: بين ثنائية الإمكانيات المتاحة والصعوبات المحتملة -دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من الأساتذة الجامعيين بالجزائر-

ليبقى الإشكال المطروح كون الكوادر الأكاديمية في تخصص الإعلام في أغلبها لم تشتغل في المجال الإعلامي، وبأن تكوينها نظري إذا فالمخرجات ستكون نظرية، حيث ستغيب المرافقة المتخصصة من أساتذة وتقنيين وخبراء في مجال الإعلام.

5-4- المحور الرابع: الصعوبات المرتبطة بالواقع المهني

بالنسبة للصعوبات المرتبطة بالواقع المهني فإن هناك شرح بين الممارسة الإعلامية والتكوين الأكاديمي الجامعي حالت دون الاستفادة إحداهما من الأخرى، حيث يغلب على المشهد التباعد بين المعرفة العلمية المقدمة في الجامعة وبين الممارسة المهنية المطبقة في الميدان. إضافة إلى إشكالية الإطار القانوني والتشريعي المحدد والمنظم لمهنة الإعلام، التي ترتبط بإشكالات في مقدمتها طبيعة تداول المعلومات والأطر المنظمة لها لأن التشريعات السائدة تعيق تطور الكيانات الإعلامية إلى مؤسسات وشركات ناشئة ومنتجة، إلى جانب العراقيل البيروقراطية التي تشوبها كلها قد تحول من نجاح التجربة.

دون أن نغفل عن الوضع العام الذي يشهد توقف كلي تقريبا للجرائد المحلية وتوقف عدد المواقع الإلكترونية، الأمر الذي يجعل الخوض في تجربة مؤسسة ناشئة في ميدان الإعلام على قدر كبير من المخاطرة مقارنة بمشاريع لمؤسسات مبتكرة في مجالات أخرى.

5-5- المحور الخامس: صعوبات مالية

تحتاج المؤسسة الناشئة من أجل تطوير فكرتها إلى تمويل دراسات السوق ولتجربة المنتج أو الخدمة وقد تعيد التجربة عدة مرات مما يتطلب رؤوس أموال قد يحد عدم توفرها من مضي المشروع وتقدمه، في هذا الصدد قامت الوزارة الوصية باستحداث صندوق تمويل المؤسسات الناشئة كحل لمشكلة التمويل التي تعد من أكبر الهواجس لدى الطالب صاحب المشروع والطاغم المرافق له.

ومع ذلك فإنه وعلى الرغم من إنشاء هذا الصندوق إلا أن مشكلة التمويل مازالت قائمة، لأنه يقوم على إشراك المستثمرين أصحاب رؤوس الأموال ورجال الأعمال الخواص وإقناعهم بتمويل تلك المؤسسات أو المشاريع، وهو الأمر الذي يلاقي إحجام من طرف تلك الفئة التي لا تتحمل المخاطرة بتمويل مشاريع ربما تحتاج إلى مبالغ مالية ضخمة دون ضمان نجاحها من عدمه، خاصة إذا ما تعلق الأمر بمجال الإعلام.

كما تجدر الإشارة إلى أن حصول مشروع المؤسسة الناشئة على التمويل من طرف الصندوق يمر بمراحل ويحتاج إلى شروط، مرهونة بحصول المشروع على وسم " لابل مؤسسة ناشئة" من

طرف اللجنة الوطنية لمتابعة الابتكار بعد استيفائه الشروط الابتكارية، الشروط التجارية، الجدوى الاقتصادية للمشروع.

6- خاتمة

بعد تفريغ البيانات المتحصل عليها من طرف عينة من أساتذة تخصص الإعلام والاتصال بالجامعات الجزائرية وتحليلها بهدف الوقوف على مشاريع المؤسسات الناشئة في ذات التخصص، وتقييم دور القرار الوزاري 1275 في دعم تلك المؤسسات، من خلال الكشف عن الإمكانيات المتاحة والصعوبات التي تواجهها، توصلت الباحثة إلى الإجابة عن تساؤلات الدراسة ضمن النتائج التي نوردتها مفصلة تباعا كالآتي:

6-1- النتائج المتعلقة بالإمكانيات المتاحة من أجل إنشاء مؤسسات ناشئة حسب القرار

الوزاري رقم 1275

- ✓ توصلت الدراسة إلى أن الوزارة الوصية ووفقا للقرار الوزاري رقم 1275 قد أقرت جملة من التدابير التي من شأنها ضمان انطلاق مشاريع مذكرات التخرج مؤسسة _ ناشئة ومرافقتها، وخصصت من أجل ذلك مختلف الإمكانيات الهيكلية والبشرية.
- ✓ تم إنشاء حاضنات الأعمال الجامعية التابعة لدور المقاولاتية والتي توفر على مستواها الدعم المادي من مساحة عمل ومخابر علمية وكذا الأجهزة الالكترونية والعديد من الموارد، بغرض تسهيل وتنمية جل المشاريع المبتكرة.
- ✓ تقدم حاضنات الأعمال الجامعية أيضا أيام دراسية وأيام تدريبية لفائدة الطلبة المنتمين، حيث تقام الأيام الدراسية على مستوى كل كلية.
- ✓ كما تقدم أيضا حاضنات الأعمال الجامعية دورات تدريبية وورشات لفائدة الطلبة والباحثين المنتمين، هذا وتشرف أيضا على الزيارات الميدانية على مستوى جامعات الوطن من أجل زيادة الإنتاجية وتسهيل التواصل وفق برنامج وطني وتحت إشراف مدير رئيسي لفائدة رؤساء حاضنات الأعمال الجامعية.
- ✓ يستفيد كل الطلبة المسجلين ضمن القرار الوزاري 1275 من الإمكانيات المتاحة والتسهيلات التي توفرها دور المقاولاتية وحاضنات الأعمال الجامعية، بغض النظر عن الاختلافات في تخصصاتهم الجامعية.

6-2- الصعوبات المتعلقة بإنشاء مؤسسة ناشئة في تخصص الإعلام والاتصال من وجهة نظر

مفردات العينة

- ✓ توصلت الدراسة إلى أن فكرة مشاريع تخرج مؤسسات ناشئة في تخصص الإعلام والاتصال تحيط بها العديد من الصعوبات والتحديات التي يمكن تقسيمها وفقا إلى الآتي:

المؤسسات الناشئة في تخصص الإعلام والاتصال: بين ثنائية الإمكانات المتاحة والصعوبات المحتملة -دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من الأساتذة الجامعيين بالجزائر-

✓ الصعوبات الناجمة عن التكوين الأكاديمي في تخصص علوم الإعلام والاتصال: يعد التكوين الأكاديمي الذي يتلقاه طلبة الإعلام والاتصال في مختلف الجامعات الجزائرية فقيرا ومتأخرا كثيرا إذا ما تعلق الأمر بالجانب الميداني والمهني ذلك لأن أغلب البرامج التعليمية والمناهج البيداغوجية ذات طبيعة نظرية في تخصص من المفروض بأنه تخصص حيوي عملي وتطبيقي أكثر، وذلك ينعكس سلبا على مخرجات التكوين وإنشاء مشاريع مبتكرة كون أن الطالب لم يتلقى الأساليب التي تمكنه من الخروج من الطابع الأكاديمي إلى المهني.

✓ الصعوبات المرتبطة بالكادر البشري: يعد الكادر البشري أهم عنصر من عناصر نجاح مشروع المؤسسة الناشئة أو فشلها، وفي هذا الإطار يمكن رصد مجموعة من المتغيرات المرتبطة بالكادر البشري من بينها الطالب صاحب فكرة المؤسسة الناشئة الذي يمكن أن يفتقر إلى روح المبادرة والإبداع وتغيب عنه أصالة الفكرة التي تقوم عليها المؤسسة وكذا ضعف التكوين الذي تلقاه مما يخلق عنده الخوف من المخاطرة، إضافة إلى نقص المرافقة المتخصصة من أساتذة وتقنيين وخبراء في مجال الإعلام.

✓ الصعوبات المرتبطة بالواقع المهني: لا يغفل عن المتابع لواقع الممارسة الإعلامية في الجزائر إلى كون المهنة تواجه العديد من التحديات منها إشكالية الإطار القانوني والتشريعي المحدد والمنظم لمهنة الإعلام، إلى جانب العراقيل البيروقراطية التي تشوبها دون أن نغفل عن الوضع العام الذي يشهد توقف كلي تقريبا للجرائد المحلية وتوقف عدد المواقع الالكترونية، الأمر الذي يجعل الخوض في تجربة مؤسسة ناشئة في ميدان الإعلام على قدر كبير من المخاطرة مقارنة بمشاريع لمؤسسات مبتكرة في مجالات أخرى.

✓ صعوبات مالية: تعد مشكلة التمويل من أكبر الهواجس لدى الطالب صاحب المشروع والطاقت المرافقة له، حيث تحتاج المؤسسة الناشئة إلى إشراك المستثمرين أصحاب رؤوس الأموال ورجال الأعمال الخواص وإقناعهم بالتمويل، وهو الأمر الذي يلاقي إجماع من طرف تلك الفئة التي لا تتحمل المخاطرة دون ضمان نجاح المشاريع من عدمه، خاصة إذا ما تعلق الأمر بمجال الإعلام.

وفي الختام يكن القول بأن التوجه الحديث الذي انتهجته وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بتشجيع فكر المقاوالاتية لدى الطلبة وتحفيز روح الإبداع والابتكار لديهم من شأنه إشراك مخرجات الجامعة في الحياة الاقتصادية من خلال المؤسسات الناشئة الخلاقة لفرص العمل ، هذه الخطوة التي عرفت تحولا ابتداء من سنة 2022 بعد القرار الوزاري 1275 الذي تضمن توفير العديد من الإمكانات البشرية الهيكلية و المادية التي تضمن احتضان الأفكار وتبنيها ومرافقتها

لتظهر في شكل مشاريع قابلة للتجسيد ، متمثلة تحديدا في دور المقاولاتية و حاضنات الأعمال الجامعية.

إلا أن فكرة مشاريع مذكرات تخرج-مؤسسات ناشئة تلاقي العديد من الصعوبات والتحديات تبعا لكل تخصص جامعي، ففي العلوم الإنسانية والاجتماعية يعرف تخصص علوم الإعلام والاتصال عدة عراقيل، منها ما تعلق بطبيعة التكوين في التخصص وما تعلق بالكادر البشري بما في ذلك الطالب والهيئة المرافقة له وصولا إلى الصعوبات المالية، في ظل التكوين الأكاديمي من جهة وما يفرضه الواقع المهني من جهة أخرى.

قائمة المراجع

أولا المراجع باللغة العربية

1. الطائي، م. &، ميلاد، أ. ب. (2007). *مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية*. الاسكندرية، مصر: دار الوفاء.
2. القرار، 1. (2022). *القرار الوزاري*. 1275.
3. أمار، ن. ا. &، فوكة، س. (2023). *دور حاضنات الأعمال الجامعية في تعزيز اقتصاد المعرفة في الجزائر: دراسة على ضوء القرار الوزاري 1275*، *مجلة السياسة العالمية*. (2) 7،
4. بوغمبوز، ا. &، الهاشمي، ر. (2024). *دور المؤسسات الناشئة في تحقيق المقاولاتية الاجتماعية*. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية*. (4) 8،
5. حسين، س. م. (1995). *دراسات في مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام*. القاهرة، مصر: عالم الكتب.
6. حمادي، و. &، نبيل، ب. ع. (2024). *أثار القرار الوزاري 1275 في احتضان البحث العلمي لحاملي أفكار المشاريع المبتكرة والمؤسسات الناشئة*. *مجلة القانون العقاري والبيئة* 12، (2).
7. وريدة، ح. ب. (2021). *تفعيل الثقافة المقاولاتية للطلبة الجامعيين من خلال دور المقاولاتية*. *مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة* (2) 6،

ثانيا المراجع باللغة الأجنبية

1. Gertina, & Anastasia. (2015). *Online Facebook Focus Group Research of Hard-to-Reach Participants*,. *International Journal of Qualitative Methods*. (5) 14،

المؤسسات الناشئة في تخصص الإعلام والاتصال: بين ثنائية الإمكانيات المتاحة والصعوبات
المحتملة -دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من الأساتذة الجامعيين بالجزائر-

2. Zwaanswijk, M., & Kiek, T. (2009). *Online focus groups as a tool to collect data in hard-to-include populations: examples from paediatric oncology*,. *BMC Medical Research Methodology*. , 9 (15), 1-8.