الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علم الاجتماع

الرقم التسلسلي: .....
رقم التسجيل: .....

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع
تخصص: علم إجتماع الإتصال

بعنوان:

مساهمة الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي المقاولاتي لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية بجامعة الشاذلي بن جديد– الطارف

من إعداد الطلبة:

- خديجة بوخاتم
- حسين مسعودي

تحت إشراف الدكتورة:
د/ سامية معاوي

الإسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
مراد قشيشب	أستاذ محاضر	الشاذلي بن جديد –الطارف	رئيسا
سامية معاوي	أستاذ محاضر (ب)	الشاذلي بن جديد –الطارف	مشرفا
حمزة غندور	أستاذ محاضر (ب)	الشاذلي بن جديد –الطارف	عضوا

السنة الجامعية: 2024 /2025 م

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la recherche Scientifique
Université Chadli Bendjedid El tarf

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية
الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

المكتبة الجامعية المركزية

Bibliothèque Universitaire Centrale

الطارف في:

.....

استمارة معلومات حول الأطروحة أو المذكرة

الاسم:.... حذيبة حسين...

اللقب:.....بوخاتم.....مسعودي.....

الكلية: ...كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.....

القسم:.....العلوم الاجتماعية.....

التخصص:.....علم الاجتماع الاتصال.....

المستوى:.....ماستر 2.....

عنوان المذكرة أو الأطروحة:.....مساهمة الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي المقاولاتي لدى الطالب الجامعي

المؤطر:.....د. ساسية مسعودي.....

الكلمات المفتاحية: الصحافة ; الإلكترونية ; الوعي المقاولاتي ... الطالب الجامعي.

تاريخ المناقشة للأطروحة (اليوم والشهر والسنة): ..16../..06../2025.

السنة الجامعية: ..2024/2025.....

الملخص كاملا بجميع اللغات المتوفرة:

.....

.....

.....

.....

.....

﴿اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (1) خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (2) اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (3) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (4)

عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ(5)﴾

[سورة العلق: الآية: 1-5]

إهـــــــــــداء

بسم الله الرحمان الرحيم

قد أعجز عن التعبير أحيانا ومرات تغيب الكلمات وتختفي الحروف لكن لن أضعف وأنا أحيي أغلى وأعظم مخلوقين عزيزين على قلبي مدى الحياة،

إلى من أقف عاجزة أمام جميله وعطائه ورمز فخري وقدوتي، إلى من علمني ان رحلة الألف ميل تبدأ بخطوة نحو الأمام، **إلى أبي العزيز** قرة عيني حفظك الله ورعاك وأطال في عمرك.

إلى منبع الحب ورمز العطاء، إلى من أجل سعادتي ضحت والأفضل لي تمنت ولأجل الليالي الطوال سهرت **إلى أمي ثم أمي ثم أمي ركيزة** عمري ومنبع ثقتي وإرادتي حفظها الله وأطال في عمرها

إلى سند حياتي وأعمدة قلبي **إخوتي الأعزاء** رعاهم الله

إلى من كان إلى جانبي وساندني في سعادتي وحزني وأظهر لي ما هو أحلى من الحياة.

إلى كل من هو محفور في ذاكرتي وغير مكتوب في مذكرتي أهدي له ثمرة جهدي.

إليكم أهدي هذا العمل المتواضع.

الطالبة: خديجة بوخاتم

إهـــــــــــداء

الحمد لله الذي بنعمه تتم الصالحات وبفضله تتنزل الخيرات والبركات وبتوفيقه تتحقق المقاصد والغايات وأزكى صلوات الله وتسليماته على المبعوث رحمة للعالمين نبي الرحمة وإمام الهدى سيدنا محمد وآله وصحبه أجمعين.

ربي إذا أعطيتني نجاحا فلا تأخذ تواضعي وإذا أعطيتني تواضعا فلا تأخذ اعتزازي بكرامتي إلى الذي غمرني بحبه إلى الذي لم يبخل بشيء من أجل دفعي إلى طريق النجاح **أبي الغالي رحمه الله.**

إلى التي الجنة تحت أقدامها إلى من حضنتني بحنانها وسكبت لي مشاعرها إلى التي مهما وصفت وعبرت فلن أفي ولو بقليل من عملها **أمي الحنونة الصالحة**

إلى من كانوا لي نعم السند **إخوتي وأخواتي**

الباحث: حسين مسعودي

شكر وعرفان

الحمد لله حمدا كثيرا يليق بجلالة وجهه وعظيم نعمته أن كتب لنا التوفيق لإتمام هذا العمل.

لابد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة تعود إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهودا كبيرة في بناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد.

نقدم أسمى آيات الشكر والأمنيات والتقدير والمحبة الى الدكتورة والأستاذة: **«سامية معاوي»** لإشرافها على هذه المذكرة.

وإلى جميع أساتذة قسم علم إجتماع إعلام وإتصال الذين حملو أقدس رسالة في الحياة.

ملخـــص الدراســـة

ملخص:

هدفت الدراسة الراهنة الموسومة بمساهمة الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي المقاولاتي إلى معرفة الدور الذي تلعبه الصحافة الإلكترونية بمختلف أبعادها في توجه الطلبة الجامعيين وزيادة وعيهم المقاولاتي.

ثم التعارف إلى ملخص مختصر للإشكالية تحظى الصحافة الإلكترونية بأهمية كبيرة في المجتمع عمًوما وفي الوسط الطلابي خصوصًا ويظهر في تعزيز الوعي.

ثم التساؤل الرئيسي: **هل تساهم الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي المقاولاتي لدى الطالب الجامعي؟**

- هل تساهم الصحافة الإلكترونية في تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطالب الجامعي؟
- هل تساهم الصحافة الإلكترونية في تنمية التعليم المقاولاتي لدى الطالب الجامعي؟
- هل تساهم الصحافة الإلكترونية في تنمية المهارات إنشاء المشاريع المقاولاتية؟
- ثم تطرقنا إلى تحديد المفاهيم هي الصحافة الإلكترونية، المقاولاتية، مفهوم الوعي المقاولاتي، مفهوم الوعي تعريف الطلبة الجامعيين، وعي ثقافي،ثقافة المقاولاتية، تعريف المساهمة، التوجه المقاولاتي، مفهوم الفكر المقاولاتي، تعريف دار المقاولاتية، طالب.

ثم تنقسم الدراسة إلى جانب نظري يضم فصلين.

ثم الجانب المنهجي أي تمّ استخدام منهج وصفي وأدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستمارة والملاحظة، محاولات دراسة مجال مكاني وزماني، ونوع العينة عينة قصدية.

وقد تم استخدام التحليل الكمي الذي يعتمد على إحصائيات والبيانات المستفادة من الميداني ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تقدم الصحافة الإلكترونية معلومات حديثة ومحدثة عالم ريادة الأعمال.

– تساعد الصحافة الإلكترونية على تحفيز الطلاب على التذكير بشكل إبداعي وتقدم حلول للمشكلات التي تواجه المجتمع.

Abstract :

The current study, "The Contribution of Electronic Journalism to Developing Entrepreneurial Awareness," aimed to understand the role electronic journalism, in its various dimensions, plays in university students' orientation and increasing their entrepreneurial awareness.

Then, a brief summary of the problem is presented. Electronic journalism is of great importance in society in general, and among students in particular, and is evident in enhancing awareness.

Then, the main question is: **Does electronic journalism contribute to developing entrepreneurial awareness among university students?**

-Does electronic journalism contribute to developing entrepreneurial thinking among university students?

-Does electronic journalism contribute to developing entrepreneurial education among university students?

-Does electronic journalism contribute to developing entrepreneurial skills ?

-We then identified the concepts: electronic journalism, entrepreneurship, the concept of entrepreneurial awareness, the concept of awareness, the definition of university students, cultural awareness, entrepreneurial culture, the definition of contribution, entrepreneurial orientation, the concept of entrepreneurial thinking, the definition of entrepreneurship, and student.

The study is then divided into a theoretical section comprising two chapters. Then came the methodological aspect, which involved using a descriptive approach and data collection tools, including questionnaires and observations. The study attempted to study a spatial and temporal scope, and employed a purposive sample. Quantitative analysis was used, relying on statistics and field data.

The study reached the following conclusions:

-Electronic journalism provides up-to-date and updated information on the world of entrepreneurship.

-Electronic journalism helps motivate students to think creatively and offers solutions to problems facing society.

الفَّهـرسْ

فهرس المحتويات

الموضـــوع	الصفحة
آية	
إهداء	
شكر وعرفان	
ملخص الدراسة	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
مقدمة	أ
الفصـــل الأول: الإطـــار التمهيدي، المفاهيمي	
1- الإشكالية	3
2- أسباب اختيار الموضوع	5
3- أهداف الدراسة	6
4- أهمية الدراسة	6
5- تحديد مفاهيم الدراسة	7
6- الدراسات السابقة	20
الفصـــل الثـــاني: التكوين البداغوجي للأستاذ الجامعي	
تمهيد	28
أولا: الصحافة الإلكترونية	29
2- عوامل ظهور الصحافة الإلكترونية	33
3- مميزات الصحافة الإلكترونية	33
4- العيوب المرتبطة بالصحافة الإلكترونية	37
5- أنواع الصحف الإلكترونية	38

6- انعكاسات استخدام الصحافة الإلكترونية	41
7- عوامل انتشار الصحافة الإلكترونية	47
خلاصة الفصل	50
الفصل الثالث: الوعي المقاولاتي والمقاولاتية لدى الطالب الجامعي	
تمهيد	52
أولا: الجامعة والثقافة المقاولاتية	53
ثانيا: الأستاذ الجامعي وغرس روح المقاولاتية	55
ثالثا: مقومات الفكر المقاولاتي	57
رابعا: مقومات الثقافة المقاولاتية	59
خامسا: خصائص المقاولاتية	60
سادسا: صعوبات ممارسة المقاولاتية وأهدافها	62
سابعا: آليات نشر روح المقاولاتية	64
ثامنا: تطور الفكر المقاولاتي	65
تاسعا: النظريات المفسرة للمقاولاتية	66
عاشرا: النظريات المفسرة للصحافة الإلكترونية	70
خلاصة الفصل	78
الفصل الرابع: الإطـــار المنهجـــي	
تمهيد	80
1- المنهج الوصفي	80
2- أدوات جمع البيانات: (الملاحظة والاستمارة)	82

3- خطوات سحب عينة الدراسة	84
4- تحديد مجالات البحث	85
5- عرض البيانات وتحليلها	87
النتائج العامة للبحث	102
الخاتمة	106
قائمة المصادر والمراجع	108
ملاحق	

مقدّمة

مقدمة:

تُعدّ الصحافة الإلكترونية من بين الأصناف الإعلامية التي استفادة من هذه الشبكة خلال تصميم مواقع لها عبر هذه الشبكة وما أعطى للقارئ فرصة كبيرة للاحتكاك بالجريدة المفضلة لديه والمشاركة الفعالة في تصميم وإخراج هذه الجريدة الإلكترونية كما أنه بإمكانه المشاركة والتفاعل بتعليقاته وكتاباته عبر منتديات الحوار التي توفرها الجريدة، فقد أضافت الانترنت لصحافة الإلكترونية بعد آخر من الصحافة الورقية فأصبح بإمكان القارئ المتصفح أن يكتب رأيه في المقال أو التقرير الذي يطالعه وقد شكلت الصحافة الإلكترونية ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. فأصبح المشهد الإعلامي أقرب لأن يكون ملكًا للجميع وفي متناول الجميع وأكثر انتشارًا وسرعة في الوصول إلى أكبر عدّد من القراء، بذلك تكون الصحافة الإلكترونية قد فتحت أفقًا عديدة وأصبح أقرب المتناول المواطن حيث أصبح موضوع المقاولاتية في إنشاء المؤسسات يحتل مركزًا واسعًا في العالم أجمع خاصة مع الدور الذي باتت تلعبه في مختلف جوانب التنمية بأنواعها، فهي تمثل عصب الاقتصاد في كثير من الدول في العالم فهي عبارة عن ظهور تنظيمي هادف وتعتبر أداة تعزيز النمو والتطور الاقتصادي في شتى مجالاته المحلية منها الدولية.

الفصل الأول: الإطار التمهيدي، المفاهيمي

1- الإشكالية

2- أسباب الدراسة

3- أهداف الدراسة

4- أهمية اختيار الموضوع

5- تحديد مفاهيم الدراسة

6- الدراسات السابقة

الفصل الأول: الإطار التمهيدي، المفاهيمي

1- الإشكالية:

تحظى الصحافة الإلكترونية بأهمية كبيرة في المجتمع عمومًا وفي الوسط الطلابي خصوصًا ويظهر ذلك من خلال أهداف التي تسعى للوصول إلى تحقيقها، سواء في خلق الوعي الشامل حول مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والدينية والثقافية إضافة إلى الخصائص التي تتميز بها عن نظيرتها المتمثلة في الصحافة المكتوبة منها السرعة في نقل المعلومات والأخبار إلى المتلقي كما أنها استطاعت تحظى الحدود الجغرافية ما يعمل على خلق الوعي والتكامل وترابط المجتمعات وتماسكها.

وتعتبر الصحافة الإلكترونية من الأدوات الفعالة في الحصول على معلومات واسعة كما تساهم في تعزيز الوعي المقاولاتي، فهي توفر منصات فورية لنشر المعلومات المتعلقة بعمالم الأعمال والشارع الصغيرة.

من خلال هذه المنصات، يمكن للمقاولين والمستثمرين متابعة آخر التطورات في السوق، والتعرف على قصص نجاح رواد الأعمال، مما يعزز من ثقافة ريادة العمل، كما تتيح الصحافة الإلكترونية تبادل كل من الأفكار مما يساهم في بناء مجتمع متكامل يدعم الابتكار والنمو الاقتصادي.

كما تعمل الصحافة الإلكترونية على تقديك محتوى غنيًا حول الاتجاهات الاقتصادية والتحديات التي تواجه المقاولين على اتخاذ قرارات مستنيرة.

حيث تعرف الصحافة الإلكترونية بأنها نوع من الصحافة التي تنتشر عبر الانترنت وتشمل المواقع الإخبارية، وتتميز بالسرعة نقل والتفاعل مع الجمهور، والقدرة على الوصول إلى جمهور واسع حول العالم أما الوعي المقاولاتي فهو يشير إلى معرفة وفهم الطلاب للمفاهيم المتعلقة بالريادة، ويمكن أن تلعب الصحافة الإلكترونية دورًا في تعزيز هذا الوعي من خلال تقديم مستوى تعليمي، قصص نجاح ونصائح حول كيفية بدء الإدارة.

والوعي المقاولاتي هو المعرفة الجيدة بمفاهيم وأساسيات كما يجب على المقاول أن يكون لديه وعي كافٍ لكي يتمكن من مواجهة التحديات وتحقيق النجاح في مجاله الخاص به.

كما يشغل اليوم موضوع المقاولاتية وإنشاء مشاريع الجديدة حيزًا كبيرًا من اهتمامات الحكومات والدول الخاصة منها الجزائر، نظرًا لدور الذي تلعبه في مختلف برامج التنمية، وتعد ظاهرة المقاولاتية أكثر المواضيع التي تثير جدلاً واسعًا لدى المنظرين ويعود سبب ذلك إلى تعدّد التخصصات والحقول المعرفية التي تناولت الجوانب المفسرة لها، كلها تهدف إلى تحقيق النمو والتناسق الاجتماعي من خلال تحسين قدرة المشاريع على الابتكار والرفع من كفاءة إستراتيجيات العمل المقاولاتي تحقيقًا لتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

وإن ظهور المقاولاتية يتطلب دعم مختلف المؤسسات بداية من الأسرة ثم الجامعة بشكل خاص باعتبارها الخلية الأساسية والأخيرة التي تهيئ لطالب مواجهة مختلف الصعوبات التي تواجهه في واقع بواسطة التعليم الذي تقدمه له خاصة في مجال المقاولاتي فالنشاط المقاولاتي يعتبر نشاط ديناميكي يقوم على أساس الانطلاق لاكتشاف الفرصة الجيدة وتقييمها لاستغلالها كذلك يتحمل المقاول الخطر ومواجهة حالة من عدم اليقين من أجل تحسين نوعية الحياة وحماية البيئة.

فالمبادرة المقاولاتية تهدف إلى تحقيق الاستدامة من خلال التكامل في بعض الأنظمة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

كما أن الوعي المقاولاتي إلى فهم ادارك الأفراد حول كل الفرص الاستثمارية المتاحة وبالتالي تقوم على إيجاد أفكار جديدة خلاقة التي تسمع برفع التحدي واتخاذ القرارات الصائبة.

ويرتبط الوعي المقاولاتي بشكل وثيق بالصحافة الإلكترونية أين تساهم الصحافة في تعزيز وتنمية هذا الوعي بعدة طرق متعددة.

توفر الصحافة الإلكترونية على منصة لنشر ونقل المعلومات للمقاولين لفهم السوق واحتياجاته كما يمكن أن تلعب دور في تحفيز الطلاب على التفكير كخيار مهني.

وانطلاقا مما تطرقنا إليه بات من الضروري إبراز مدى مساهمة الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي المقاولاتي لدى الطالب الجامعي.

ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي التالي: **هل تساهم الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي المقاولاتي لدى الطالب الجامعي؟**

وهو التساؤل الذي تتفرع عنه الأسئلة الجزئية أو الفرعية التالية:

- هل تساهم الصحافة الإلكترونية في تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطالب الجامعي؟
- هل تساهم الصحافة الإلكترونية في تنمية التعليم المقاولاتي لدى الطالب الجامعي؟
- هل تساهم الصحافة الإلكترونية في تنمية مهارات إنشاء لمشاريع المقاولاتية؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

ينقسم المختصون في منهجية البحث السوسيولوجي أسباب أو مبررات اختيار الموضوع إلى عدة عوامل منها الذاتي وكذلك الموضوعي ولقد تم اختيار موضوعنا بناءًا على ما يلي:

أسباب الذاتية:

الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي المقاولاتي لدى الطلبة يعود لعدد أسباب منها:

- تعتبر وسيلة سريعة وفعالة للوصول إلى المعلومات المتعلقة بعالم الأعمال.
- تساعد على نشر الوعي حول أهمية زيادة الأعمال ودورها في الاقتصاد.
- تساهم الصحافة الإلكترونية في تحفيز الطلبة على التفكير النقدي وتطوير مهاراتهم من خلال الإطلاع على تجارب وآراء متنوعة.
- تعزيز روح المبادرة والابتكار لدى الطلبة مما يساهم في بناء جيل من المقاولين المستقبلين.

أسباب موضوعية:

- محاولة التعرف على الصحافة الإلكترونية في تنمية وعي المقاولات.
- الاهتمام المتزايد بصحافة الإلكترونية كونها تعمل على تنمية فكر المقاولات لدى الطلبة الجامعين.
- معرفة أسباب عزوف الطلاب عن عمل المقاولاتي.
- تعمل الصحافة الإلكترونية على وعي الطلبة بأهمية التواصل مع المجتمع المحلي والمشاركة في المبادرات المقاولاتية.

3- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على الدور الذي تقوم به الصحافة الإلكترونية في نشر الوعي المقاولاتي لدى الطالب الجامعي.
- محاولة معرفة تأثير الصحافة الإلكترونية على الوعي المقاولاتي لدى طالبة.
- التعرف على الخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية.
- معرفة مقومات نجاح الصحافة الإلكترونية وفرض نفسها كبديل لتنمية الوعي المقاولاتي.
- توفير المعلومات في تقديم معلومات دقيقة ومحدثة حول العالم وأعمال والمشاريع مما يساعد الطلبة على فهم السوق ومتطلباته.

4- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراسة هذا الموضوع في محاولة معرفة أهمية الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي المقاولاتي لدى الطلبة وفي قدرتها على توفير معلومات دقيقة ومحدثة حول عالم الأعمال وتعزيز التفكير النقدي من خلال تقديم تحليلات وآراء متنوعة كما أنها تساهم في تطوير المهارات العلمية من خلال نشر قصص نجاح مشاريع مبتكرة وتشجيع روح المبادرة من خلال تسليط الضوء على قصصهم.

– حيث تعد المقاولاتية من أهم السياسات الهادفة إلى تخفيض نسبة البطالة لجميع دول العالم وفي الجزائر تعد من أهم إستراتجيات التي يجب إشباعها من أجل النهوض بالاقتصاد الوطني.

– تنمية قدرات الطالب الجامعي على اكتشاف قدراته بالدعم والتكوين الذي يتلقاه من الجامعة.

5– تحديد مفاهيم الدراسة:

تعتبر تحديد المفاهيم عملية تحديد وتوضيح معاني المصطلحات أو الأفكار المختلفة في مجال معين أي أنها تعمل على الفهم بشكل واضح.

– ويرى "**جودت سعادة وجمال اليوسف**" المفهوم على أنه تمثيل لعناصر مشتركة يمكننا من خلاله التفريق بين الأشياء والأصناف المختلفة وهو عبارة عن تصور ذهني مجرد أو عام لحداثة أو لموقف ما.

والمفاهيم المادية هي عبارة عن تصور أو مجموعة تصورات يكتسبها الفرد على شكل رمز أو تعميمات لتجريدات معنوي (جودة أحمد سعادة وجمال يوسف).

ولقد اعتمدنا على مجموعة من المفاهيم الرئيسية هي: الصحافة الإلكترونية والوعي المقاولاتي، إضافة إلى مفاهيم مساعدة منها: المقاولاتية، التوجه المقاولاتي...الخ.[1]

- **الصحافة:** هي مهنة جمع الأخبار والآراء وغيرها ومن ثم نشرها ويقابلها "**Journalisme** ".[2]

الصحافة: هي فن تسجيل الوقائع اليومية بدقة وانتظام وذوق سليم مع الاستجابة لرغبات الجمهور وتوجيهه والاهتمام بالجماعات البشرية وتناقل أخبارها ووصف نشاطها ثم تسليتها وملئ أوقات فراغها.

الصحافة: يعرفها "**محمود عزمي**" على أنها وظيفة اجتماعية مهمتها توجيه الرأي العام عن طريق نشر المعلومات والأفكار الخيرة الناضجة مفعمة ومناسبة إلى مشاعر القراء من خلال صحف دورية...

[1]– جودت أحمد سعادة، جمال اليوسف، تدريس مفاهيم اللغة العربية والرياضيات والعلوم والتربية الاجتماعية، ط1، دار الجيل لنشر والتوزيع، بيروت، 1988.

[2]– خميسة مدور، محاضرات في تاريخ الصحافة في المغرب العربي، مطبوعة بيداغوجية مقدمة لطلبة، سنة أولى ماستر، جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة، سنة 2023/2022، ص ص 6 – 7.

– كما يعرفها "**فاروق أبو زيد**" إنها مهنة تحرير وإصدار المطبوعات الصحفية كما يوضح على أن مفهوم الصحافة يختلف باختلاف الإيديولوجية التي يتبناها النظام الصحفي القائم في المجتمع **فالاتجاه الليبرالي** يرى أن الصحافة أداة لتعبير عن حرية الفرد من خلال ممارسته لحقوقه السياسية والمدنية، أما **الاتجاه الاشتراكي** فيعرف الصحافة على أنها نشاط اجتماعي يقوم بنشر معلومات التي تهم الرأي العام.[1]

التعريف الإجرائي:

الصحافة وسيلة فعالة في حياة الإنسانية فهي التي تنقل الأخبار والمعلومات على الجمهور الأفراد وفق ضوابط وقواعد أخلاقية ووظائف إنسانية شريفة.

- **الصحافة الإلكترونية:** يعرفها البعض إنها ثلث التي تجمع مفهوم الصحافة ونظام الملفات المتابعة أو المتسلسلة، فهي منشور إلكتروني يحتوي على الأحداث الجارية، سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الإنترنت، وتكون الصحيفة الإلكترونية مرتبطة أحيانا بصحيفة مطبوعة.

– وتعرف **الصحافة الإلكترونية** تعريفا أخر أبعاد جديدة تتعلق بالبيئة النفسية والأخلاقية إذن مفهوم الصحافة الإلكترونية لا يقتصر على تبني التكنولوجيا الرقمية والتجهيزات المتطورة، بل هو نمط جديد يقوم على الشفافية والديمقراطية في تناول الخبر وإيصاله إلى الجمهور من خلال الاستخدام والاستغلال الأمثل للتقنيات الرقمية المختلفة. [2]

– **الصحافة الإلكترونية:** هي إحدى وسائل النشر التي تستفيد من تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وهي تجمع بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتحرير الصحفي المعروف وتتخذ من شبكات الإنترنت العالمية مكان للبث كمطبوع مقروء من خلال الشاشة المعينة للوسيلة المستخدمة وبالتالي تكون الإنترنت

[1]– خميسة مدور، المرجع السابق، ص ص 6، 7.

[2]– عمر حسين الشفيع، الصحافة الإلكترونية، المفهوم، الخصائص، والانعكاسات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ط1، الإمارات، العدد 168، 2011، ص ص 9– 10.

بمثابة الموزع للصحافة الإلكترونية بعد الدخول إليها وكتابة العنوان الصحيح للصحيفة، وتستفيد الصحيفة الإلكترونية من القدرات الجديدة للتصوير والتسجيل مما يساهم في تطوير مفهوم التحرير الجديد والمسمى بالتحرير الإلكتروني ورغم المميزات العديدة الجديدة التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية، فإن المعالم الأساسية تبقى مشتركة مع الصحافة التقليدية المطبوعة وهي العمل الصحفي والإخراجي والتحرير، وإن بصورة متباينة.[1]

- **الصحافة الإلكترونية:** هي صحف يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات سواء كانت نسخة أو إصدار إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية أو صحيفة إلكترونية وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسب الإلكتروني تعطي صفحات جديدة وتشمل متن والصور والرسوم والصور المتحركة.[2]

التعريف الإجرائي:

الصحافة الإلكترونية هي الصحف التي تنشر الأخبار حسب وقت وقوعها والتي لا تقيد بزمن معين لصدورها بالرغم من وجودها المستمر على الإنترنت وتغيرها وتحديثها بصفة غير منتظمة، وتتم قراءتها عبر الإنترنت (الحاسوب) وتكون على شكل جرائد مطبوعة.

التعريف الاصطلاحي:

هناك عدة تعارف متشابهة نظرا لكون الصحافة الإلكترونية تعرف في الغالب من خلال خصائصها العامة والوظيفية:

[1]- عمر حسنين شفيع، المرجع السابق، ص ص 10،11.

[2]- فتيحة تلالات، الصحافة المكتوبة في ظل منافسة الصحف الإلكترونية، دراسة ميدانية طلبة الإعلام والاتصال، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في صحافة المكتوبة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العقيد أحمد دراية، أدرار، 2018، ص 23.

– الصحافة الإلكترونية هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسوب الإلكترونية تعطي صفحات جديدة وتشمل الصوت، الصور المتحركة.

– هي عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الإلكترونية وما تملك من إمكانيات هائلة في تخزين وتنسيق وتبويب وتصنيف المعلومات، واسترجاعها في ثواني معدودة وبين التطور الهائل في وسائل الاتصال الجماهيرية التي جعلت العالم قرية صغيرة إلكترونية.

– هي منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء مرتبطة بموضوعات عامة أو موضوعات ذات طبيعة خاصة ويتم قراءتها من خلال جهاز الكومبيوتر غالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الإنترنت والصحيفة الإلكترونية وخاصة حينما يتم تحديث محتواها في كل فترة زمنية متقاربة تصل في بعض الصحف العالمية عبر عشر دقائق لكنها تشير إلى التاريخ والتعديل فيها وتنشر.[1]

- **المقاولاتية:** ينطوي مفهوم المقاولاتية عند بعض الباحثين على غموض في المعنى وسيروة استخدامه في اللغة العربية وعليه فستتم معالجته اصطلاحيا مباشرة باعتماد على ما قدمته الأدبيات للبحث العلمي في اللّغات الأجنبية، نظرا إلى أنه عند العرب لم يستخدم هذا المفهوم حديثا.

– **المقاولاتية** "**عند هزيريتش وبيترز**": اتفق الباحثان على أن المقاولاتية هي" نوع من السلوك يتمثل في السعي نحو الابتكار، تنظيم وإعادة تنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية من اجل استغلال موارد وحالات معينة تتحمل المخاطرة وقبول الفشل إنه مسار يعمل على خلق شيء ما مختلف والحصول على قيمة بتخصيص الوقت والعمل الضروري، مع تحمل الأخطار المالية، النفسية والاجتماعية المصاحبة لذلك، والحصول على نتائج في شكل رضا مالي وشخصي".[2]

[1]– رضا عبد الواجد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007، ص 92.

[2]– فوزي نوار، دروس في مادة المقاولاتية، قسم على الاجتماع والديمغرافية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشاذلي بن جديد، الطارف، 2023، ص4.

– **المقاولاتية** عند **جارس ودامورس (crasse – domours 2000)**: وحسبهما فمفهوم المقاولاتية "يدل على مسار الحصول وتسيير الموارد البشرية والمادية بهدف إنشاء وتطوير وغرس حلول تسمح بالاستجابة لحاجيات الأفراد والجماعات".

– المقاولاتية هي مجموعة من الأنشطة والمساعي التي تهدف إلى إنشاء وتطوير مؤسسة وبشكل أكثر عمومية إنشاء نشاط معين.[1]

– وتعرف **المقاولاتية** عند **فيلليس ورنتشلر(Fillis et Rentsheler)**: المقاولاتية بالنسبة لهما هي عملية خلق قيمة مضافة للمؤسسات والمجتمعات من خلال الجمع بين مجموعات فريدة من الموارد العامة والخاصة لاستغلال الفرص الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية في البيئة المتغيرة.[2]

– وتعرف أيضا عند " **تيري فيسترايتيت**": حيث يذهب إلى أن ظاهرة المقاولاتية هي عبارة عن تواصل بين المقاول ومنظمة محركة من طرفه.[3]

التعريف الإجرائي: هي المقاولاتية ديناميكية خلق واستغلال فرص الأعمال من طرف الأفراد وهي السعي نحو الابتكار من خلال تنظيم وإعادة تنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية واستغلال الموارد وحالات معينة تقبل تحمل المخاطرة والفشل وهي الطريق الذي يتخذه المقاول لإبتكار شيء مختلف والحصول على قيمة جديدة والحصول على نتائج.

[1]– صالح مدور، دور المرافقة في تفعيل الروح المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، دراسة حالة دار المقاولاتية لجامعتي بسكرة، ورقلة، مذكرة لاستكمال شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، ورقلة، 2018–2019، ص6.

[2]– المرجع نفسه، ص 5.

[3]– المرجع نفسه، ص 05.

- **الوعي المقاولاتي: (الفكر المقاولاتي)**

إن الفكر المقاولاتي هو وليد أفكار ومراجع إيديولوجية وتراكمات معرفية منذ عشرينات القرن الماضي إلا أن الانطلاقة الحقيقية هي مع بداية الألفية الجديدة بالنظر إلى النتائج المحققة والتطور غير المسبوق لهذا الفكر على المستوى الدولي.

وعند التعريف بمعناه الواسع الذي تتبناه المنظمات الأوروبية على اعتبار أنه يتبنى البحث عن الأدوات والوسائل التي تمكن أكبر عدد ممكن من الشباب وخاصة الطلبة، نحو التنمية المواقف والإيجابية المناسبة من أجل تجسيد الفعل المقاولاتي وبالتالي فإن عملية تجسيد الفكر المقاولاتي هو قبل كل شيء البحث المتواصل نحو فكرة التحفيز والنية قبل التوجه نحو الفعل وتجسيد الفكرة.[1]

التعريف الإجرائي:

الفكر المقاولاتي (الوعي المقاولاتي):هو وليد أفكار ومراجع إيديولوجية ينزع إلى التحرر والاستقلالية والمسؤولية الفردية.

- **تعريف المساهمة:**

اصطلاحا: مساهمة تعني تقديم دعم أو إضافة شيء ما لمشروع أو فكرة معينة، يمكن أن تكون المساهمة مالية وفكرية أو حق عملية حيث تسهم الأفراد أو المجموعات في تحقيق هدف مشترك أو تحسين وضع معين في السياقات الأكاديمية أو البحثية، قد تشير المساهمة إلى الإضافات التي يقدمها الباحثون في مجال معين من خلال دراساتهم أو أبحاثهم.[2]

[1] -Nadia Rohhi,Comceptvalisotion de Lespnc entuprnaril et identificon desfacteors de son developpent dans Lansiigmmot supeneur tunisie thése de doctoat , université de crenoble, 2010, p99.

[2]– عمر عمروش، تأثير التعليم المقاولاتي في تنمية المقاولاتية وبناء مشاريع لدى الطلبة الجامعة– دراسة حالة جامعة العربي التبسي، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، جامعة تبسة، 2019، ص 48.

تعريف إجرائي:

تعنى العمل على تقديم دعم أو جهد ملموس لتحقيق هدف معين ضمن إطار محدّد، وفي هذا السياق يمكن أن تشمل المساهمة الإجرائية حيث تعتبر هذه المساهمات جزءًا أساسيا من العمليات التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف المرجوة في الأبحاث.

- **الثقافة المقاولاتية:**

اصطلاحًا: هي مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة من الأفراد ومحاولة استغلالها وذلك في تطبيقها في الاستثمار ورؤوس الأموال وإيداع في مجمل قطاعات إضافة إلى وجود هيكل تسيري تنظيمي، كما تتضمن التصرفات السلوكيات، التحفيز، ردود أفعال المقاولين بالإضافة إلى التخطيط واتخاذ القرارات.[1]

ويلخص نموذج **(1988)** مفهوم الثقافة المقاولتية في المراحل التي تقود لبروز المقاولين بين فئة المتمدرسين الذي تابعوا تكوينهم في مجال المقاولة ومن أهم العوامل التي تؤثر على هذا النموذج ما يلي:

- **المسبقات:** وتتمثل مجموعة العوامل الشخصية والمحيطية التي تشجع على ظهور الاستعدادات عند الفرد إذ لاحظ الباحثين أن الطلبة لديهم أباء يعملون لحسابهم الخاص بهم لديهم إمكانيات مقاولاتية أكثر.
- **الاستعدادات:** وتتمثل في مجموعة الخصائص النفسية التي تظهر عند المقاول كالمحفزات والتي تتفاعل مع بعضها لتصبح سلوك.
- **تجسيد الإمكانيات والقدرات المقاولاتية في مشروع:** وهذا يكون تحت تأثير العوامل الإيجابية وعوامل عدم الاستمرار، بمعنى الأفراد الذين يمتلكون إمكانيات وقدرات مقاولاتية أكبر فهم يحتاجون لدوافع محركة أحق والعكس صحيح.

[1]– بوعلاق رفيقة، بودجاجة سناء، الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، الدراسة ميدانية لدار المقاولاتية بجامعة تبسة، مذكرة مقدمة لنيل الماستر، سنة 2021/2020، ص 07.

التعريف الإجرائي لثقافة المقاولاتية:

باعتبار أن المقاولة هي وحدة اقتصادية مستقلة قانونيًا وماليًا تعمل على تقديم خدمات لصالح السوق الاقتصادي فإن الثقافة المقاولاتية تتمثل في المداخلات التي هي عبارة عن الأفكار والعمليات وتفاعلها والمخرجات تتمثل في سلوكيات وصور الطلبة الجامعيين فهي بذلك مجموعة من القيم والمعايير الخاصة بالطالب بصفحة خاصة بالاستقلالية والابتكار والمبادرة إذن هي مجموعة القيم التنظيمية.

- **الوعي الثقافي:**

اصطلاحًا:

ونعنى به المستوى الملائم الذي يجب أن يصل إليه الإنسان بتوسيع دائرة معارفه، حتى يقف على أحداث التطورات المحلية والعالمية في الاقتصاد والقانون والعلوم المختلفة والفنون إلى جانب تعمقه في نوع المعرفة التي تخصص فيها أو يعمل في مجالها.[1]

إجرائيًا:

يقصد به المستوى المعرفي والثقافي للطالب الجامعي ومدى إدراكه لأهميته الثقافية في حياته الشخصية مما يجعله يتميز عن الأشخاص الآخرين وهذا بالإطلاع الدائم على كل ما هو جديد في شتى المجالات بهدف الاستفادة.

- **الطلبة الجامعيين:** يعرف الطالب الجامعي أيضًا على أنه ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العملية بانتقال من المرحلة الثانوية أو مراكز التكوين المهني أو لفني العالي إلى الجامعة تبعًا لتخصص الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله كذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عدديًا النسبة العالية في المؤسسة الجامعية.

[1]– عبد الحميد الرحمن محمدي، زبيدة مختارة، خديجة بن سالم، دور الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية بجامعة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019، ص 10.

التعريف الإجرائي للطلبة: الطلبة الجامعيين هم الطبقة المثقفة في المجتمع والأشخاص الذين ينتقلون من مرحلة الثانوية إلى المرحلة الجامعية، تدرس في إطار التعليم العالي والبحث لعلمي يحصلون على ثقافة أكاديمية من جامعة وهي بدورها تساهم في تكوينهم وتأهيلهم نحو سوق العمل.

- **الجامعة:**

لغة: مأخوذة من الكلمة اليونانية **(Univervitas)** وفي لغة العربية تعني جمع الشيء عن تفرقه، يجمعه جمعًا وجمعه فأجتمع.[1]

اصطلاحًا: الجامعة حسب الموسوعة البريطانية فإنها تعهد للدراسات العليا يتألف من كليات الآداب والعلم ومدارس للمهنيين ومدارس خرجي الدراسات العليا فهي المؤسسة المسؤولة عن العليم العالي.

التعريف الإجرائي للجامعة: تعد الجامعة مؤسسة تعليمية تثقيفية تتغير بتغيير طبيعة المجتمع وخصوصياته وأنها أساس العلم والمعرفة والابتكار لما تحتويه من الطبقة المثقفة.

- **مفهوم الوعي:**

لغة: وتعني الفهم وسلامة والإدراك، كما تشير كلمة الوعي إلى إدراكه لذاته إدراكًا مباشرًا وهو أساس كل معرفة.[2]

اصطلاحًا: ويعرف على أنه معرفة للفرد بالشيء أو الأمر حيث يسمع عنه ولكنه تنقصه المعلومات التفصيلية الكاملة عنه، أما العلامة "**محمد بن أبي بكر الرازي**" فقدم الوعي: أنه الحفظ والمعرفة فعندما يقال أن الفرد قد وعي الحديث أي حفظه.

[1]– بوعلاق رفيقة، بودجاجة سناء، المرجع السابق، ص 09.

[2]– عبد الحميد الرحمن، زبيدة مختار، خديجة بن سالم، المرجع السابق، ص 09.

إجرائيًا:

حالة من التنبه واليقظة في الشعور والعقل لمواقف النقص والغفلة على مستوى الذات والآخرين والمحيط المعاش والعلاقات وكل ما يتعلق بالمعارف الراهنة والمستقبلية بتكوين آراء واتجاهات نحو الدعاية.

- **المقاولاتية:**

لغة: المقولاتية هي كلمة انجليزية الأصل مشتقة من الكلمة الفرنسية **(Entrepueneur)** فهي تعني حاول بدأ، خاض، وتتضمن التجديد والمغامرة.[1]

اصطلاحًا: حسب البروفيسور الأمريكي **(Stevenson)** بجامعة هارفارد فإن المقاولاتية هي اكتشاف الأفراد لفرص الأعمال المتاحة واستغلالها.

أما "**منصور الغالي**" فيرى أنها خصائص وسلوكيات تتعلق بالابتداء بالعمل وتخطيط له وتنظمه وتحمل المخاطرة والإبداع في إدارته وتطويره.

وهو ما يتفق فيه مع التعريف الذي كل من "**وليام وإندر**" وبأنها جميع الوظائف والأنشطة وإجراءات التي تشكل جزءًا من إدراك الفرص وإنشاء منظمات لاستغلالها.

ويذهب **(Mareelmaus)** بأن المقاولاتية هي الفعل الذي يقوم به المقاول والذي ينفذ في سياقات مختلفة وبأشكال متنوعة، فيمكن يكون عبارة عن إنشاء مؤسسات جديدة بشكل قانوني، كما يمكن أن يكون عبارة عن تطوير مؤسسة بحد ذاتها فهو عما اجتماعي بحت.

[1]– أمنية بن زارة، مطبوعة بيداغوجية في مقياس المقاولاتية لسنة الثانية ماستر، تخصص الاتصال والعلاقات العامة، سنة 2023/2022، ص 93.

كل هذه التعاريف تتفق في كون أن المقاولاتية في اكتشاف فرص الأعمال وتطويرها من خلال إنشاء مؤسسات جديدة هذا الفعل يتضمن الإبداع وتحمل المخاطرة لكن في المقابل تجاوز فكرة الدعم للقيام بهذا الفعل والاهتمام بالفرد المبدع.

التعريف الإجرائي: هي القدرة على إنشاء وإدارة المشاريع التجارية، أي هي مجموعة من المهارات والمعرفة التي تمكن الأفراد من تحديد الفرص التجارية.

- **الثقافة المقاولاتية:**

يمكن تعريف **الثقافة المقاولاتية** بأنها "مجموعة من القواعد القيمة والعلمية التي يتقاسمها المنتمون للمقاولة في تحقيق أهدافها الاقتصادية وحل مشاكلها والإسهام في تطوير المجتمع بما ينتجه من منافع اقتصادية واجتماعية للدولة والمجتمع، ومن تلك القيم التنظيم وتدبير والأخلاق والتنافسية والمهنية والقدرة على التجديد والابتكار".

وتعرف أيضًا: بأنها مجموعة القيم والرموز والمثل العليا والمعقدات والافتراضات الموجهة والمشكلة للإدراك والتقدير والسلوك والمساعدة على التعامل في مختلف الظواهر والمتغيرات فهي تمثل روح المقاولة والسبب الرئيس والفاعل لإنشائها. [1]

التعريف الإجرائي:

مجموعة من العوامل التي تؤثر في هذا النموذج فهي تشجع على ظهور الاستعدادات عند الفرد.

- **التوجه المقاولاتي:**

لقد تعددت تعاريف المقاولاتي، حيث ينظر له عمومًا على أنه إدارة فردية أو استعداد فكري لإنشاء مؤسسة وتجسيد ذلك في ظل ظروف معينة.

[1]– رشيدة قواسمي، التأصل النظري للمقاولاتية كمشروع والنظريات والنماذج المفسرة لتوجه المقاولاتي، جامعة الجزائر، تبسة، 2020، ص 163.

– التوجه المقاولاتي حسب (**Dird 1988**) عرفه على أنه حالة العقل التي توجه الانتباه للشخص وعمله نحو العمل الحر بدلاً من العمل التنظيمي.

– التوجه المقاولاتي حسب (**Brusat 1993**) هو إدارة فردية يتحول إلى إنشاء مؤسسة.[1]

التعريف الإجرائي:

يعرف بأنه اقتناع ذاتي معترف به من طرف شخص أنه ينوي القيام بمشروع عمل جديد ويخطط شكل واعي للقيام بذلك في وقت ما في المستقبل.

- **تعريف الفكر المقاولاتي:**

مع بداية الألفية الجديدة على وجه التحديد لم تّعد الدول والسلطات العمومية قادرة على الاستجابة إلى طلبات العمل المتسارعة الآتية من الفئات الشبابية على اختلاف مستوياتهم التعليمية ممّا مهد إلى بروز محاولات العمل والأفكار قد تقتضي إلى حل هذه المشكلة ولعلّ ظهور الفكر المقاولاتي أصبح يطرح نفسه كبديل استراتيجي هادف لامتصاص بطالة الشعوب بصفة عامة والجامعيين بصفة خاصة.

وبذلك فإن الخيارات المطروحة تتجه نحو دعم الفكر المقاولاتي محليًا وعلى مستوى الجماعات من أجل دفع بالطلبة الجامعيين نحو إنشاء مؤسسات مصغرة مباشرة بعد تخرجهم من خلال الأجهزة التي توفرها الدول ومن خلال المتابعة والمرافقة وتجسيد أفكار الشباب الجامعي على المستوى المحلي.

إن الفكر المقاولاتي هو وليد الأفكار ومراجع الإيديولوجية وتراكمات معرفية منذ عشرينات القرن الماضي إلا أن الانطلاقة الحقيقية هي مع بداية الألفية الجديدة بالنظر إلى النتائج المحققة والتطور غير المسبوق لهذا الفكر على مستوى الدولي.

[1]– هوارية زيتوني، مطبوعة بيداغوجية في مادة المقاولاتية موجهة لسنة الطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص اقتصاديات العمل، جامعة ابن خلدون، تيارت كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم اقتصادية، 2022/2021، ص 20.

وعند التعريف بمعناه الواسع والذي تتبناه المنظمات الأوروبية على اعتبار أنه يتبنى البحث عن الأدوات والوسائل التي تمكن أكبر عدّد ممكن من الشباب وخاصة الطلبة نحو التنمية المواقف الإيجابية والمناسبة من أجل تجسيد الفعل المقاولاتي، وبالتالي فإن عملية تشجيع الفكر المقاولاتي هو قبل كل شيء البحث المتواصل نحو فكرة التحفيز والنية قبل التوجه نحو الفعل وتجسيد الفكرة.[1]

وعلى هذا الأساس فإن تشجيع الفكر المقاولاتي بين الطلبة يؤدي إلى تنمية الإبداع وشق طريق المستقبل، حتى لا يبقى الطالب أسير التفكير القديم ألاتكالي الذي يعتمد على الدولة في الدراسة وتوفير منصب العمل والسكن.

بمعنى أن التفكير المقاولاتي هو ذلك التفكير الذي يحتكم إلى التنظيم، وتوظيف العلم والمعرفة وربط النظرية بالتطبيق الفعلي، والتنسيق بين مختلف العوامل لتحقيق الإنتاجية والربحية والمنفعة.

- **تعريف دار المقاولاتية:**

تعد دار المقاولاتية أحد أنظمة المساندة للمشروعات الذاتية، سنتطرق من خلال هذا العنصر إلى مفهوم دار المقاولاتية وأهم مهامها والدور الذي تلعبه من خلال ما توفره لتنمية الروح المقاولاتية لدى الطالب الجامعي.

كمفهوم للدار المقاولاتية تعرف على أنها: نقطة التقاء بين الجامعة والوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب هدفها الرئيسي تنمية روح المقاولاتية وتكريس الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، والعمل على بعث الأفكار الإبداعية في الوسط الطلابي والخروج تدرجيًا من طبيعة المشاريع الابتكارية، والتوسع من دائرة المشاريع الابتكارية والتي من شأنها إعطاء دفع جديد للتنمية من جهة، وكذا منع الشريحة الطلابية فرصة إنشاء مؤسسات ناجحة في ميادين مختلفة من جهة أخرى ومن ثم اقتحام المقاولاتية باعتبارها نواة التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

[1]– حمدي أبو قاسم، أمينة بن بدرة، عبد القادر بن برطال، دور الجامعة في ترقية الفكر المقاولاتي لدى الطالب الجامعي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الأغواط، ص08.

وتحث دار المقاولاتية على أنه يجب أن تتضمن الجامعة في أهدافها تعريف الطلاب، القيم المقاولاتية تدريجيًا وتزويدهم هي عنصر أساسي من الجهاز الذي يسمح بتشجيع روح المبادرة والوعي إلى إنشاء مؤسسات جديدة.

لدار المقاولاتية مهام نذكر منها:

- **دار المقاولاتية تحقق أحلام الجامعيين:** حيث أن دار المقاولاتية من خلال خبرة مؤطريها تمكن الطلبة من ترجمة أفكارهم إلى مشاريع على أرض الواقع تجسد ميدانيًا وناجحة اقتصاديًا.

- **دار المقاولاتية فضاء للتبادل الأفكار:** دار المقاولاتية هي إطار جامع يلتقي فيه الطلبة حاملي أفكار المشاريع لمناقشة أفكارهم وتبادل التجارب في إطار نوادي ومنتديات موضوعاتية مفتوحة. [1]

6- الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة أحد أهم الأجراء التي يحتويها البحث العلمي إذ لا يمكن للبحث العلمي أن يكون بحثًا علميًا صحيحًا متكاملاً إن لم يحتوي على جزء الدراسات السابقة.

ويعود هذا إلى مدى أهميتها كمكون رئيسي هام في مكونات البحث إن كتابة بحث جيد يضفي على الدراسات السابقة النتائج التي وصل بها الباحث العلمي عند الانتهاء من كتابة بحث يتناول موضوع معين إذ يصبح البحث العلمي المنتج بمثابة مرجع جديد للدراسات والأبحاث القادمة، والمقصود بالدراسات السابقة هي تلك المجموعة البحثية السابقة بدراسة الموضوع الذي يتناوله الباحث العلمي في بحثه ومناقشتها، إذ يعتمد الباحث العلمي على هذه الدراسات، وذلك من أجل تحليل محتواها ودراستها على نحو المطلوب وبالتالي تحديد أوجه المقارنة بين الدراسات السابقة والبحث العلمي الذي يتناوله الباحث.

[1]- نجاة الشاذلي، قراءات تاريخية لتطور الفكر المقاولاتي، مخبر الشراكة والاستثمار والمتوسطة في الفضاء الأورو. مغاربي، جامعة فرحات عباس، سطيف، المجلد 11، العدد01، 2018، ص ص 288-300.

وإذا كان ذكر الدراسات السابقة مهما، فالأهم أن لا يقلل الباحث من شأن الأبحاث التي سبقته فالهدف من عرض الباحث دراسة سبقته أفادته وبيان الحاجة لمزيد من الدراسات في الموضوع، فيكون هذا العرض متنوع للكتابة في مرة ثانية.[1]

ولقد اعتمدنا على مجموعة من الدراسات المهمة والتي استفدنا منها من الناحية المنهجية والمفاهيمية نذكر منها ما يلي:

الدراسة الأولى: من إعداد الباحث "**عبد الحفيظ النهاري**" بعنوان: **الصحافة الإلكترونية السياسية اليمينية والفضاء العمومي مقاربة الاتصال الإلكتروني في الانتخابات الرئاسية 20 سبتمبر 2006.**

– تتضمن البحث مقاربة الظاهرة الصحافة الإلكترونية السياسية اليمنية كفضاء عمومي جديد بإبعادها الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والاتصالية والثقافية، حيث تميز البحث بجدة الظاهرة وأهمية ما تنتجه من ظواهر وعلاقات وممارسات في المجتمع اليمني.

ويتمحور البحث حول مدى تشكيل الصحافة الإلكترونية في اليمن لفضاء عمومي جديد يتوفر على حرية التعبير والرأي، ويساهم في توفير بعض الشروط الأساسية لإثراء النقاش العام حول القضايا المحلية.

واختار الباحث في الجزء التطبيقي للبحث عينة ممثلة لإطراف العملية الاتصالية تكونت من: الفاعلين الاتصاليين السياسيين الإلكترونين أمن رؤساء ومدراء تحرير الصحف الإلكترونية والفنيين فيها وفئة ما أطلق عليه الجمهور الخاص من طلبة الجمهور العام من رواد مقاهي الإنترنت العمومية والاقتصاد صنعاء، وهي عينة ذات صلة مباشرة بالرسالة محل البحث الصحافة الإلكترونية.

[1]– حسين مطاوع الترتوري، البحث العملي، خطة وأصالته ونتائجه، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 20، حزيران، 2010، ص94.

وتوصل الباحث إلى نتائج التالية:

على مستوى الاجتماعي، الاقتصادي، والثقافي، أظهرت النتائج أن الواقع الاقتصادي والتعليمي والمعرفي المتدني بالرغم من إعاقة كنمو الاتصال الإلكتروني.[1]

دراسة الثانية: من إعداد "**تواره فار**" بعنوان: **تأثيرات مقروئية الصحافة الإلكترونية على تنمية الوعي المقاولاتي، دراسة ميدانية جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية قسم العلوم الإنسانية.**

تهدف هاته الدراسة إلى الكشف عن تأثير الصحافة الإلكترونية على الوعي المقاولاتي في منظور عينة من أساتذة الجامعة في تخصص علوم الإعلام والاتصال في الجزائر.

ولقد انطلقت هاته الدراسة من مجموعة من التساؤلات هي:

– ما هي أهمية الصحافة الإلكترونية كوسيلة إعلامية من أساتذة علوم الإعلام والاتصال؟

– كيف تؤثر الصحافة الإلكترونية في نشر وعي المقاولاتية من منظور عينة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال؟

اعتمدت الباحثة في دراستها على عينة عرضيّة شملت أساتذة علوم الإعلام والاتصال في جامعات الجزائر، مستخدمة منهج مسح العينة، كما أنها استخدمت أداتي الملاحظة واستبيان في جمع البيانات.

ولقد توصلت الباحثة في دراستها إلى النتائج التالية:

– أن الغالبية العظمى تقرأ الصحف الإلكترونية.

– تعتبر الصحافة الإلكترونية مصدرًا رئيسيًا في الحصول على المعلومات وهذا يعود ربما إلى مساحة الحرية الموجودة في النوع من الصحافة.

[1]– عبد الحفيظ النهاري، الصحافة الإلكترونية السياسية اليمنية والفضاء العمومي، مقارنة بالاتصال الإلكتروني في الانتخابات الرئاسية 20 سبتمبر 2006، مذكرة علوم الإعلام والاتصال، جامعة تونس، 2006.

– كشفت الدراسة أن المختصين في مجال الإعلام يرون أن الصحافة الإلكترونية ساهمت بنسبة كبيرة في حصول على الأخبار.

تعقيب: تناولت الباحثة "**نوارة فار**" موضوع تأثير مقروئية الصحافة الإلكترونية على تنمية الوعي المقاولاتي من منظور عينة من أساتذة علوم الإعلام واتصال مبرزة خصائص الصحافة الإلكترونية التي ظهورها شكل جدل حول الاستمرار في ظل وجودها وقد تشابهت هاته الدراسة مع دراستنا من حيث استخدام أداة الاستبيان في جمع المعلومات في حين اختلفت الدراسة مع دراستنا من حيث مكان إجراء الدراسة واستخدام أداة الملاحظة.[1]

الدراسة الثالثة: من إعداد "**زهير بوسيالة**" بعنوان: **الصحافة الإلكترونية في الجزائر، جامعة الجزائر سبتمبر 2005** وللإجابة على التساؤلات المطروحة في الموضوع قائمًا على فرضيات كالتالي:

– الدور الذي تقوم به الصحافة الإلكترونية على اختلافها يخدم توجيه نحو الديمقراطية في الجزائر.

– لرأي العام مكانة في عملية تحول الديمقراطي الذي تشهده الجزائر.

وكان يهدف من خلال الدراسة إلى إبراز الدور الذي تؤديه الصحافة المكتوبة في خدمة التوجه نحو الديمقراطية والوقوف على طبيعة العلاقات التي تربط الديمقراطية أي السلطة السياسية والرأي العام لصحافة الإلكترونية أما الأدوات المستعملة استمارة الاستبيان وتتكون العينة من: قراء الصحف في الجزائر العاصمة.

ولقد توصل الباحث إلى النتيجة التالية: تعتبر الصحافة الإلكترونية الوسيلة الإعلامية الأكثر خدمة لتوجه نحو الديمقراطية في البلاد، هناك ارتباط كبير بين القارئ والصحيفة نظرًا لحاجة الناس للإطلاع على المعلومات والأخبار وما يحدث حوله.

[1]– نوارة فار، تأثير مقروئية الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية رسالة ماستر في علوم الإعلام واتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2016.

تقييم الدراسة: بالنسبة لعنوان الدراسة في دراستنا الصحافة الإلكترونية صحافة مكتوبة ودراسة "**زهير بوسيالة** " الصحافة الإلكترونية الديمقراطية في الجزائر هناك تشابه من ناحية المتغيرات حيث أن الدراسة السابقة أهملت المتغير الثاني والمتمثل في الصحافة الإلكترونية، أما الهدف الذي تسعى إليه دراستنا جعل الصحافة تدخل تحدي جديد في ظل المنافسة التي تشهدها الساحة الإعلامية من خلال تحقيق مزيد من المقروئية على عكس دراسة زهير المساهمة في تدعيم التوجه نحو الديمقراطية من خلال تحديد طبيعة العلاقات، بالنسبة للمنهج والأداة هم نفسهم.[1]

الدراسة الرابعة: من إعداد "**جميلة زبيدي**" بعنوان: **دور الصحافة الإلكترونية في الدعوة الإسلامية دراسة ميدانية الوادي،كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية شعبة العلوم الإسلامية.**

– تهدف هاته الدراسة إلى تشخيص تجربة الصحافة الإلكترونية ومدى إطلاعها بدور الحفاظ على الدعوة الإسلامية وقد اعتمدت الباحثة على التساؤلات التالية:

– ما هو الهدف الذي تسعى الصحف الإلكترونية إلى تحقيقه من خلال دعوة الإسلامية؟

– من هو الجمهور المستهدف من قبل الصحف الإلكترونية في الدعوة الإسلامية؟

– هل أدت الصحافة الإلكترونية واجبها؟

ولقد اعتمدت الباحثة على عينة قصديه لمعرفة آراء أساتذة الجامعة في دور الصحافة الإلكترونية في الدعوة الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، معتمدة في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي وكما أنها استخدمت أدوات جمع البيانات المتمثلة في الملاحظة.

[1]– حمدي محمد فاتح، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في تخصص العلاقات العامة، استخدام النخبة لصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على المقروئية الصحف الورقية أساتذة جامعة باتنة، 2009، ص 544.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

– أن الأقدمية في التعامل مع الصحافة الإلكترونية من قبل أساتذة الجامعة أقل من **خمس سنوات** بنسبة **(51,21%)**، ويوضح ذلك أن استخدمهم لصحف مزال حديثًا.

تقييم:

لقد تطرقت الباحثة "**جميلة زبيدي**" إلى التعريف بصحافة الإلكترونية مبرزة أنواعها وخصائصها ودورها وأهم المعايير وضوابطها باعتبار أن للصحافة الإلكترونية دور في تشكيل الوعي.

كما اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث أداة جمع البيانات المستخدمة حيث استخدمت الباحثة عدة أدوات المقابلة والاستبيان، لكن دراستنا اعتمدت على الاستبيان فقد، وتشابهت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث المنهج المستخدم.[1]

الدراسة الخامسة: من إعداد الطالب "**الجودي محمد علي**" بعنوان: **نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، أطروحة مقدمة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014-2015.**

إشكالية الدراسة: شاهدت الساحة الاقتصادية سلسلة من التغيرات والتحولات التي اتسمت باهتمام مختلف الباحثين الاقتصاديين، وكذا دول العالم بمجال المقاولاتية الذي أصبح يلعب دورًا مهمًا في النشاط الاقتصادي، الأمر الذي جعله أفضل وسائل الانتعاش الاقتصادي نظرًا لسهولة تكييفه ومرونته التي تجعله قادرًا على الجمع بين التنمية الاقتصادية وتوفير مناصب الشغل فضلاً على قدرته على الابتكار والإبداع والتجديد والتطوير منتجات جديدة لذا كان لزامًا على الدول خاصة النامية منها العمل على زيادة الفعالية المقاولاتية وتذليل كافة الصعوبات التي تواجهها ومن ذلك حيث ازداد الاهتمام حول إيجاد الطرق

[1]–جميلة زبيدي، دور الصحافة الإلكترونية في الدعوة الإسلامية، دراسة ميدانية على أساتذة العلوم الإسلامية في جامعة الوادي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجزائر، 2014.

والوسائل المثلى التي تساهم في تذليل المصائب التي تواجه مقاولتي المشاريع إذا انتهى الأمر بإقامة الحكومات للعديد من الشبكات الدعم والمرافقة التي تهدف إلى مساعدة ومتابعة المقاولين في تجسيد أفكارهم على أرض الواقع من خلال تزويدهم بالنصح واستشارة اللازمة فيما يخص كل المراحل التي واجهها خاصة في المرحلة الأولى التي تمر بها عملية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ويمكن أن تكون المقاولاتية هدفًا في التدريس الأكاديمي والتطبيقي.

تقييم: تعمل المقاولاتية على تدعيم وتشجيع المجتمع له طلبتها الخاصة بشكل الذي يجعل مهنة المقاولاتية سهلة البلوغ، فيعتبر نشر وتوزيع وإدماج منظومة التعليم المقاولاتي في إنتاجه الكبير ومكتسباته المستقبلية آثاره القوية على التنمية النوعية المستدامة لأنه يخلق قاعدة عريضة من المقاييس وإعداد هذا الجيل لثقافة مقاولاتية.[1]

[1]– جودي محمد علي، المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، دار العالمي لنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص ص49–50.

الفصل الثاني: التكويـن البيداغوجي للأستاذ الجامعي

تمهيد

أولا: الصحافة الإلكترونية

1- نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية

2- عوامل ظهور الصحافة الإلكترونية

3- مميزات الصحافة الإلكترونية

4- العيوب المرتبطة بالصحافة الإلكترونية

5- أنواع الصحف الإلكترونية

6- انعكاسات استخدام الصحافة الإلكترونية

7- عوامل انتشار الصحافة الإلكترونية

خلاصة الفصل

الفصل الثاني: التكوين البيداغوجي للأستاذ الجامعي

تمهيد:

تعد الصحافة الإلكترونية نوع إعلامي لوسيلة إعلامية تتحقق بفكرة النشر الإلكتروني الذي بدوره يتجسد من خلال الإنترنت كشبكة معلوماتية وأداة ومصدر للمعلومة وأصبح سهلا تطوره ثم تداوله بسبب فكرة عملية النشر المكتبي، لم تربط شبكة الإنترنت العالم ببعضه البعض فقط بل أنشأت معها وسيلة إعلامية جديدة لازالت القضايا والرهنات المتعلقة بها واضحة المعالم خاصة الجانب القانوني منها في تحديد أصولها التشريعية من جهة، وحماية الصحفي ومنشوره من جهة أخرى.

ألغى ظهور الصحافة الإلكترونية في العالم مشاكل كثيرة متعلقة بالصحافة المكتوبة وهي مشاكل الطباعة، التوزيع، توزيع الإشهار، والتي كانت إحدى وسائل الضغط الممارسة من قبل السلطة السياسية، ونجحت العديد من التجارب في تخطي هذه الأعباء المالية والفنية من خلال تعويض وظيفتي الطبع والتوزيع والنشر الإلكتروني.

تسبب ظهور الصحافة الإلكترونية في العالم في خلق رهان كبير بينها وبين الصحافة المكتوبة من حيث طبيعة العلاقة بينهما والتي تتأرجح بين من يلغى الصحافة المكتوبة ويعتبر الإلكترونية بديلا لها وبين من يجعلها علاقة تكاملية وآخرين لم يتبنوا موقف بعد تجاهلها.

أولا: الصحافة الإلكترونية

ولقد قام العديد من الباحثين بمحاولة تحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية كالتالي:

يرى كل من "**خليل صابات** و**جمال عبد العظيم**" بأن الصحافة الإلكترونية هي التي يتم إصدارها بطريقة إلكترونية متكاملة بدلا من تلقى الأخبار من وكالات الأنباء والمراسلين والبحث عن المعلومات الدولية، ومرورا بمعالجة الأخبار والتقارير وكتابة المقالات وتحريرها وتصحيحها وتصميم الرسوم والصور الفوتوغرافية وإعدادها وتركيب الصفحات وبثها إلى أي جهاز كمبيوتر متصل بشبكة.

عرفها "**جمال غيطاس**" رئيس تحرير مجلة لغة العصر للصحافة الإلكترونية على أنها نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى وتستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها آليات ومهارات وتقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني. [1]

ويعرفها "**التربان**" هي عملية اتصال صحفي عبر شبكة الإنترنت يتم من خلال وسائط إلكترونية متعددة مستفيدة بما تقدمه شبكة الإنترنت من مزايا تكنولوجية وهي تصدر بشكل دوري ولها موقع محدد على الشبكة وتعتمد على تكنولوجيا الحاسب الآلي في تحليل وصياغة محتويات الصحيفة وتقديمها إلى القارئ عبر الإنترنت لخلق جو من التفاعل والقدرة على تصفحه وتخزينه واسترجاعه بأيسر الطرق وأسهلها. [2]

[1]– حيزي نسري، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة تبسة، 2023/2022، ص24.

[2]– المرجع نفسه، ص25.

1- نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية:

1-1- في العالم: فقد ظهرت وتطورت كنتاج لشبكة الإنترنت التي مزجت بين الثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة التقنية الرقمية وكانت البدايات الفعلية نتيجة لما شهادته وسائل الاتصال والمعلومات من تقنيات وتطورات جديدة فبعد مرور سنوات قليلة من ظهور الإنترنت امتلأت الشبكة العنكبوتية الدولية وما تعرف بالإنترنت بالعديد من المواقع التي شكلت نسخ إلكترونيا لصحف تقليدية ورقية أو مواقع كبيرة لصحف تنشر محتواها الورقي الإلكترونيا.

فإنّ ظهور الصحافة الإلكترونية جاء أيضا لمواجهة تحديات المنافسة الشديدة من جانب تقنيات الاتصال والمعلومات ممثلة بتنامي القنوات التلفزيونية الفضائية والتلفزيون الرقمي، ناهيك على أن شبكة الإنترنت ذاتها بدأت بسحب أعداد متزايدة من جمهور الصحافة حتى أن الباحث الفرنسي "**سرج غبران**" ساءل فيما كانت صحافة الإنترنت ستخرج الصحافة المكتوبة من تحتها التي فرضها الواقع الاتصالي الجديد.[1]

1-2- نشأة الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي:

دخل العالم العربي عالم الإنترنت دون أن يتأخر كثيرا عن العالم ويمكن أن نعتبر الإنترنت أسرع وسيلة اتصال تبناها العرب بعد أن تبناها الغرب بسنوات قليلة مقارنة مع انتشار الطباعة والراديو والتلفزيون في الوطن العربي حيث أخذت المواقع العربية في الشبكة تنمو باستمرار لتشمل أوجه مختلفة للوجود العربي في تقديم الثقافة العربية والإسلامية ابتداء بالقرآن الكريم بالمكتوب والمسموع والتفاسير المختلفة والحديث النبوي الشريف وتعليم اللغة العربية وآدابها التي تقدمها جهات عربية وغير عربية، فضلا عن الوجود الاقتصادي من خلال مواقع المؤسسات المالية والشركات ومواقع البيع على الشبكة والتجارة الإلكترونية.

[1]- محمود علم الدين، الصحافة الإلكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2008، ص23.

تعد صحيفة "**الشرق الأوسط**" أول صحيفة عربية إلكترونية تصدر عبر شبكة الإنترنت وكان ذلك في **(التاسع من سبتمبر1995)** وكانت عبارة عن جملة من الصور المختلفة في ميادين متنوعة، وكانت الصحيفة العربية الثانية التي تصدر عبر شبكة الإنترنت "**صحيفة النهار اللبنانية**" وذلك يوم **(01 يناير1996)** ثم جاء بعدها جريدة " **الحياة** " في **(الأول من يونيو 1996)** وجريدة " **السفير**" في نهاية العام نفسه.

ثم توالت الصحف العربية في إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت وإن القليل من الصحف العربية وثقت مادتها على الأقراص الصلبة "**CD**" منها الحياة التي تقدم محتوياتها على شكل نصوص قابلة للتعديل.[1]

وقد بدأت عملية التوثيق منذ عام **(1995)** باسم أرشيف الحياة الإلكتروني أم الصحيفتان "**السفير** و**النهار**" اللبنانيتين فهما توفران محتوياتهما على شكل صور للحقبة السابقة ونصوص قابلة لتعديل والتخزين للحقبة الحديثة، ولقد أعلنتا الصحيفتان مبادرة توثيق محتوياتهما إلكترونيا خلال ندوة حول وسائل الإعلام متعددات الوسائط عقدت في بيروت **(11 تموز1997)**.

بداية ينبغي التنويه إلى أن العديد من الصحف العربية اليومية تدير اليوم مواقع إلكترونية تقدم معظمها أخبارا وصور في الصحيفة المطبوعة، وكتب خصيصا لها ولا توجد أقسام خاصة أو إدارات تحرير مستقلة لطبعة الإلكترونية من الصحيفة بل تحرص الكثير من الصحف على نشر القليل اليسير مما يتصدر صفحاتها على مواقعها الإلكترونية كما لا يتم تحديث معظم هذه المواقع تعد بدائية فلا توجد آليات متعددة للبحث في الأرشيف وقلما يتم التعامل مع النص العربي كنص وإنما كصورة ولا توجد مساحات إعلانية تدار من قبل برامج متخصصة للإعلان الإلكتروني ولكن ما يحصل حاليا عبر شبكة

[1]– قوراري صونية، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين مستخدمين الإنترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، 2011/2010، ص228.

الإنترنت في الصحافة الإلكترونية العربية غير ما هو كان حاصل في الماضي، حيث عرفت الصحافة الإلكترونية العربية تطورا مذهلا من عناصر التفاعلية والروابط الموجودة عبر موقعها كما أنها تطورت من حيث الإخراج والتصميم الفني، وبالرغم من تنامي إعداد الصحف العربية على شبكة الإنترنت إلا أن بعض الدراسات تشير إلى أنه على الرغم الحضور لهذه المطبوعات الإلكترونية إلا أنه حضور لا يتماثل مع النمو الهائل للمطبوعات الإلكترونية عالميا.[1]

1-3- نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

عرفت الجزائر دخول الإنترنت في **(مارس 1994)** رغم الربط لأول مرة كان سنة **(1993)** عن طريق خط هاتفي متخصص دون الاستفادة من خدمات الإنترنت في سنة **(1994)** تم الربط الكامل بشبكة الإنترنت عن طريق كابل من الألياف الضوئية يربط مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني قدرت سرعت هذا الربط في البداية **(9000 بايت)** وهي سرعة بطيئة وقد تم إقامة المشروع السابق بالتعاون مع **منظمة اليونسكو** في إطار مشروع إفريقي يعرف بشبكة لإعلان الإفريقي والتي كانت النقطة المحورية للشبكة في **(ديسمبر1997)** وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات تم تدعيم هذا الكابل بخط متخصص آخر بعدها لم يعد الدخول إلى الشبكة محصور فقط في المؤسسات الحكومية والجامعات بل أصبح من الممكن للخواص أن يدخلوا للشبكة إذا استطاعوا توفير جهاز الإعلام الآلي ومودام وخط هاتفي وفي نهاية **(أكتوبر1998)** وبموجب اتفاقية ابرمها مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني والهيئة الأمريكية تم ربط هذا المركز عن طريق واشنطن بواسطة المر الصناعي بقدرة **(1ميغابايت/ثا أي 2ميغابايت/ثا)** برمجة مشروع إقامة خط الاتصال عبر الأقمار الصناعية لتفادي أي توقف اضطراري مستقبلا للشبكة على مستوى المؤسسات صادقت الحكومة على المرسوم رقم **(25،98)** في

[1]- قوراري صونية، المرجع السابق، ص ص 228- 229.

1998/07/25 الاستثمار في الإنترنت حيث سمح بإنشاء وسطاء خواص على غرار مركز البحث العلمي والتقنيين.[1]

2- عوامل ظهور الصحافة الإلكترونية:

يرى بعض الباحثين أن هناك ثلاثة عوامل ساهمت في ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية وهي:

- الارتفاع المدهش في قدرت الإعلام الآلي لطاقات الكمبيوتر على التخزين ومعالجة المعطيات.

- التقدم في مجال ترقيم المعطيات فكل معلومة مشفرة في شكل رقمي مما منحها لغة عالمية، بحث يمكن نقل وتبادل المعلومات والمعطيات الرقمية من نقطة إلى أخرى من العالم دون النظر في اللغة الأصلية التي كتبت بها.

- تطور تقنية ضغط المعلومات وإزالة ضغطها والتي تمكن من إرسال المعلومات بسهولة بدل تخصيص مساحات كبيرة تعرقل من عملية إرساله.

- ظهور القارئ الرقمي الذي أصبح بفضل الإطلاع على الأخبار والمعلومات في المواقع الإلكترونية، لما تتمتع به من خصائص فنية كأن يتم تحديثها باستمرار وتوفرها على كم هائل من المعلومات ويتم اقتناؤها بطرق تفاعلية مختلفة.

- مواجهة الصحف المكتوبة على المستوى العالمي صعوبة كبيرة بسبب غلاء مادة الورق والطباعة وقلة المادة الإعلانية التي فضلت التلفزيون والإنترنت.[2]

3- مميزات الصحافة الإلكترونية:

3-1- تعدد الوسائط: إذا كان الراديو يقدم الصوت والتلفزيون يقدم الصوت والصورة والصحافة المطبوعة تقدم النص، فإن الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معا بشكل مترابط

[1]- فتيحة تلالات، لطيفة بيقة، الصحافة المكتوبة في ظل منافسة الصحف الإلكترونية، دراسة ميدانية، كلية الإعلام والاتصال، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة العقيد أحمد دراية أدرار، 2018/2017، ص62.

[2]- قوراري صونية، المرجع السابق، ص227.

وفي قمة الانسجام والإفادة المتبادلة ويعود ذلك إلى أن أدوات ممارسة الصحافة الإلكترونية تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقميا، الذي يتم فيه جمع وتخزين جميع أشكال المعلومات ويعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما إذا كان صوت أو صورة أو نص والتحدي الأكبر أما الصحفي هنا هو امتلاك مهارات التعامل مع الأدوات والأجهزة السمعية والبصرية والمكتوبة والقدرة على تكوين رؤية تستطيع صهر كل هذه المواد في بوتقة واحدة تخدم الجمهور.

3-2- التفاعل والمشاركة: في الصحافة المطبوعة يكون التفاعل الوحيد بين القارئ والجريدة هو النظر إلى المادة التي تستهويه ثم القراءة وتقليب الصفحات للإمام والخلف وفي التلفزيون يجلس ويتلقى بسلبية كل ما يذاع وإن كانت هناك محاولات لنشر ما يعرف بالتلفزيون التفاعلي، لكن الصحافة الإلكترونية تسمح بمستوى غير مسبوق من التفاعل، يبدأ بمجرد البحث في مجموعة من النصوص وينتهي بإمكان توجيه الأسئلة للصحفي أو مصدر المعلومة نفسه.[1]

3-3- التمكين والتشكيك والقدرة على التحكم في ظروف التعرض: في الصحافة المطبوعة ليس الجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب في الصحيفة، لكن الصحافة الإلكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي سواء كانت أخبار وتقارير وتحليلات، والمصادر المتعددة في القارئ ليس أمامه قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية، بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق وروابط لمواقع أخرى يمكنه أن يجد لها معلومات إضافية وبين يديه أيضا خدمات متعددة يمكنه الاختيار من بينها.

[1]- على عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، الطبعة العربية، دار البازوي العلمية للنشر والتوزيع، عمان شارع الملك حسين، ص ص27-28.

3-4- السرعة والفورية والتحديث المستمر: تتميز الصحافة الإلكترونية بسرعة انتشار المعلومات ووصولها إلى أكبر شريحة وفي أوسع مجتمع محلي ودولي في أسرع وقت وأقل تكاليف والتحديث الفوري للمعلومات تبعا لتطور الأحداث، وسرعة تعديل وتجديد الخبر الإلكتروني.

3-5- الشخصنة: لا تستطيع الصحافة المطبوعة أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حسب احتياجات كل قارئ على حدة، يبدوا أن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بإمكانها أن تجعل كل زائر للمواقع قادرا على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريده أن يرى به الموقع، فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى وينتقي بعض الخدمات ويلغي الأخرى ويقدم بكل ذلك في أي وقت يرغبه وبإمكانه أيضا تعديله وقتما يشاء وفي كل الأحوال هو يتلقى ويستمع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثه.[1]

3-6- الحدود المقترحة: الصحافة المطبوعة يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المتخصصة للنشر، وهذه المشكلة ليست موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب خاصية الحدود المقترحة، فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحسابات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيودا تقريبا تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف لذلك أن التكنولوجيا الإنترنت خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفريعات لا نهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات.

3-7- المرونة: تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة لمستخدمي الصحافة الإلكترونية إذ لا يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالإنترنت أن تجاوز عددا من المشكلات الإجرائية التي تعترضه.

ويرى الخبير " **لورنس ماير**" في مقابلة مع موقع **دويتشه فيله** وفي إجابته عن أبرز خصائص الصحافة الإلكترونية إن الصحافة الإلكترونية هي استمرار للصحافة التقليدية بشكل يواكب التطور

[1]- على عبد الفتاح كنعان، المرجع السابق، ص29.

الإعلامي الذي نشهده في عصرنا الحال، غير أنها تتميز عنها بنوع من المرونة على صعيد الجمع بين عدة أشكال من الإنتاج الصحافي كالنص المكتوب والمسموع والمرئي.

3-8- الأرشفة: توفر الصحافة الإلكترونية أرشيف وقاعدة معلوماتية للصحفي والقارئ في كل وقت.

3-9- توفير الوقت والجهد والمال: الصحافة الإلكترونية توفر الوقت والجهد والمال لمتابعها، كما أن مؤسسة الصحافة الإلكترونية ليست بحاجة إلى مقر واحد ثابت يحوى كل الكادر. [1]

- ومن مميزات الصحافة الإلكترونية كذلك:

الأنواع التحريرية في الصحيفة الإلكترونية:

يصاغ أسلوب الكتابة للأحداث في الصحافة الإلكترونية بطريقة تفاعلية لأن الكاتب يضع في تصوره قبل الشروع في النص وردود أفعال المستخدمين وتتبع الكتابة في الصحافة الإلكترونية المراحل الآتية:

- **التخطيط:** وهي مرحلة تحديد المحاور الأساسية للمادة واختيار العناصر الأساسية التي سوف تتضمنها، والتخطيط يشمل الوصلات الفوقية التي تتيح للمستخدمين أن ينتقلوا من موقع معلوماتي إلى آخر والتحول من عنصر إلى آخر إذ يضغط الخبراء على وصلات فائقة السرعة تنقلهم من موقع أو موضوعات إلى أخرى في موقع الشبكة نفسه.

- **جمع المعلومات:** يجب فيها مراعاة مستويات محددة عند إعداد المادة الإلكترونية:

- مستوى سطحي (الإيجاز، والاختيار، والتكثيف).

- مستوى متعمق (التفاصيل، والخلفيات، ووجهات النظر المختلفة).

- مستوى التحديث (جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أول بأول).

[1]- على عبد الفتاح كنعان، المرجع السابق، ص ص29- 30.

– **تنظيم المعلومات:** مع تنوع العناصر الممكنة وتعددها في بعض المواد الإخبارية في المواقع الفورية وتنظيمها، ذلك أن تقديم المادة يمكن أن يصاحبه استخدام الوسائل المتعددة واستخدام الخلفيات إذ يمكن للمستخدم الرجوع بنفسه إلى المواد الأرشيفية ذات العلاقة بموضوع التغطية،كذلك تركيب جانب الحوارات والمناقشات العامة في الموضوع وإقامة الروابط الشعبية للموضوع.[1]

4– العيوب المرتبطة بالصحافة الإلكترونية:

– **الحاجة للسرعة في الأخبار الإلكترونية:** السرعة ذو حدين قد تحمل المؤسسة إلى النجاح العارم وقد تدفعه إلى الخسارة.

– وفرت الصحافة الإلكترونية بيئة خصبة لانتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة والملفقة بسرعة فائقة وغير معهودة في الصحافة المطبوعة، وذلك لأنها أي الصحافة الإلكترونية تعيش عبر الإنترنت كوسيط قائم على آليات فائق السرعة في نقل وتبادل المعلومات على نطاق واسع.

– **عدم القدرة على التأكد من صحة المعلومات:** الشك لا يزال محيط بالمعلومات التي ترد عبر الإنترنت، والشقة لا تزال أكبر بالمعلومات والأخبار التي تنتشر في الصحف.

– الإعلام الإلكتروني يتطلب من الشخص الجلوس خلف الحاسوب الآلي، مربوط بالإنترنت، وهو ما يفقد الشخص حرية الحركة والقراءة في الأوضاع الأخرى، على نقيض الصحيفة والمجلة وغيرها، تصفح الصحف الإلكترونية متعب ومرهق للعينين ومضر بحاسة البصر.

– فقدان المصداقية لدى كثير من الناس لهذا الإعلام، بسبب النقل الغير أخلاقي.

– خدمات الانترنت السيئة لا تزال منتشرة في العالم العربي على نطاق واسع ما يعني البطيء والملل لدى المتلقين.

[1]– رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الأنواع التحريرية في الصحيفة الإلكترونية)، جسور النشر والتوزيع، المحمدية، الجزائر.

– التكاليف المرتفعة التي يدفعها الناس للوصول للإنترنت.

– الأمية الإلكترونية المنتشرة في المجتمعات العربية ودول العالم الثالث حيث يبلغ عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية حوالي **(7,5%)** من إجمالي عدد السكان في الشرق الأوسط في حين يصل في بعض المناطق مثل أمريكا الشمالية إلى **(67,4%)** وأوروبا إلى **(35,5%)** طبقا لإحداث الإحصائي.[1]

5– أنواع الصحف الإلكترونية:

تنقسم الصحافة بشكل عام باعتبار الوسيط الاتصالي الذي يحمل الصحيفة إلى الأنواع التالية:

5–1– الصحافة الإلكترونية المطبوعة التقليدية.

5–2– الصحافة الإلكترونية الغير المطبوعة: التي تتخذ وسائط إلكترونية تعتمد على أساسا على الحسابات الإلكترونية في عملية الإرسال والاستقبال وهذه الصحافة الإلكترونية تأخذ أكثر من شكل على النحو التالي:

- **الصحافة الإلكترونية الفورية (Onlinejornolisn)** التي توجد إعدادها على وسائط إلكترونية مثل الأقراص الضوئية **(CDS)** أو الأقراص المرنة **(Floppgs)** وهناك أشكال مستحدثة تعتمد على وسائط جديدة يتم ربطها بالحسابات الإلكترونية، مثل الصحافة التي تعد طبعات خاصة معدة من الصحف الورقية حسب اهتمامات الشخص المستقبل ويطلق عليها صحافة الفاكسمير حيث استقبالها على أجهزة الفاكسمير، وتعد الصحافة الإلكترونية الفورية التي تنقل للمتلقي عبر شبكات المعلومات هي الأقرب إلى مفهوم الصحافة الإلكترونية التي يدور حولها الكتاب.

[1]– علي عبد الفتاح كنعان، المرجع السابق، ص ص31– 32.

- أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه:

- **صحف الإلكترونية خالصة أو كاملة (Online Newpoper)** وهي أيضا على صورتين:[1]

أ- **صحف إلكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع:** وإنما توجد فقط على الشبكة، ولها نماذج كثيرة في الصحافة الغربية، ولها أيضا أمثلة من الصحافة العربية، حيث لم تعد هناك حاجة لإمكانيات كبيرة لإصدار صحيفة، فقد أصدر عشرة صحفيين جزائريين صحيفة باسم **الجيريا** باللغة الفرنسية والإنجليزية تهدف إلى تحدي الرقابة واستغلال مناخ الحرية المتوفر على الإنترنت، دون الحاجة إلى أموال كثيرة ومقر، ولا يتطلب الأمر سوى موقع على شبكة الإنترنت وعنوانها هو **,intenfai.com w.w.w.algeria** كما يوجد لها مثال بارز في الصحافة المصرية وهي "**جريدة الشعب**" التي تصدر عن حزب العمل التي أوقفتها الحكومة المصرية في شكلها المطبوع في **(سبتمبر 2000م)**، ولكنها عادت لتصدر على شبكة الإنترنت دون أن يكون لها أصل مطبوع، ودون الحصول على ترخيص من السلطات المختصة، وموقعها على شبكة الإنترنت **http//www.olshads.com.**

ب- صحف إلكترونية لها إصدار مطبوع: ولكن لا تشترك معه في محتواه ولا ترتبط به إلا في الاسم والانتماء إلى المؤسسة الصحفية ولها أمثلة متعددة من الصحافة الأمريكية والأوروبية.

- **نسخ إلكترونية من الصحف الورقية:** وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة الإنترنت وهذا النوع يأخذ أحد الشكلين:

- صحف إلكترونية تقدم المضمون الورقي كاملا كما هو بعد تحويله إلى شكل إلكتروني.
- صحف إلكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.[2]

[1]- رضا عبد الواحد أمير، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007، ص97.

[2]- المرجع نفسه، ص98.

- **أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في المواقع:** وهو ما يعرف بأنماط نقل النص على شبكة الإنترنت وتقسم الصحف الإلكترونية إلى أربعة أنواع:

– الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي (الصورة **Crophiciner change fomatpcrif**)، والذي يتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحف الورقية إلى مواقعها على الإنترنت وهي تقنية غير جيدة، بالإضافة إلى أنها لا تمكن القارئ من الميزات التفاعلية ومثلها جريدة الشعب المصرية، والسياسة الكويتية.

– الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول **PDF (Potolle Datagram Fomd)** هو نمط قريب من النمط السابق، ويتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى مواقعها على الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية، ومثالها جريدة السفير اللبنانية والمدنية السعودية.

– الصحف الإلكترونية التي تستخدم **HTML (Hyper Text Morkp Format)** وهو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية ويستفيد من إمكانيات الإنترنت المتعددة وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص.

– الصحف الإلكترونية التي تجمع بين النص الفائق والنمط المحمول للاستفادة من مزايا النظامين حيث النص الفائق يوفر الميزات التفاعلية وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة، والنص المحمول الذي ينقل الصورة حرفية من صفحة الجريدة، وذلك لأن البعض يفضل أن يرى الصحيفة بشكل الذي اعتادا عليها ومن الأمثلة على هذا النوع صحيفة المستقبل والنهار اللبنانيتين.[1]

[1]– رضا عبد الواحد أمير، المرجع السابق، ص ص99– 100.

- **أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار بلد الصحيفة:**

– صحف مصرية وهي التي تبث عبر الإنترنت من داخل مصر مثل الأهرام والأخبار وغيرهما.

– صحف عربية تصدر من دول عربية مثل: السياسة الكويتية والرياض السعودية وغيرها.

– صحف عربية تصدر من خارج الوطن العربي مثل: الحياة والشرق الأوسط اللتان تصدران بالعربية من لندن.

– صحف أجنبية وهي كثيرة جدا منها نيويورك تايمز، واشنطن بوست وغيرهما.

كما تنقسم الصحف الإلكترونية تقسيمات أخرى باعتبارها المحتوى ومجال الاهتمام واللغة، والتخصص ودورية الصدور، وهي التقسيمات التي تتسم بها الصحافة بشكل عام.[1]

6- انعكاسات استخدام الصحافة الإلكترونية:

6-1- على الصحافة كمهنة:

مع التطور الهائل في الوسائل نفسها أصبحا الصحف الإلكترونية الأكثر استفادة من التقنيات المتعددة التي وفرتها شبكة الإنترنت، حيث أصبح الخبر الإلكتروني مكتوبا بطريقة مختلفة، ومرفقا معه ملفات الفيديو التي لا تدع مجالا لأحد من التشكك في مصداقية الصحيفة أو الصحافي كاتب الخبر. كما أن المساحة أصبحت تتسع الملايين الصور وليست لصور قليلة كما في الصحيفة الورقية التقليدية. كما يمكن استخدام الروابط ذات الصلة من الموضوعات السابقة أو التي نشرت في أماكن أخرى ذات مصداقية لدى الصحيفة ناشرة الخبر، إلى جانب النصوص الفائقة، حيث يمكن بالضغط على أي كلمة أن تفتح لك روابط أخرى للتوصل إلى معلومات أكثر وتفاصيل أعمق. كل ذلك جعل الصحيفة الإلكترونية تتطور في مفهومها كوسيلة إعلامية تقدم معلومات بصورة كبيرة، مما جعل القارئ يتلقى معلومات أكبر وأعمق حسبما يريد.

[1]- رضا عبد الواحد أمير، المرجع السابق، ص 101.

وبذلك يتسع مفهوم الوسيلة الإعلامية لتصبح تعليمية، وثقافية وتشاركية من خلال مراجعات القارئ على الخبر نفسه لتأكيد أو التوثيق أو إضافة صورة أو كلمة أو كل ما من شأنه أن يعمق مفهوم الصحيفة الإلكترونية كوسيلة إعلامية جديدة نقلت الصحافة كمهنة وخدمة إلى مساحات أكبر وأكثر اتساعًا، خلافا لتجربة الصحف الورقية. كما يقول " **فيصل أبو عيشة** " التي نقلت صحفها كما هي إلى شبكة الإنترنت ولم تهتم كثيرا بتطوير أخبارها المنشورة ودعمها بما يناسب الوسيلة الجديدة والاستفادة من الوسائط المتعددة والتقنيات التي تقدمها شبكة الإنترنت. [1]

6-2- على المصادر الخاصة بالصحفي:

تعتبر المصادر الخاصة بالصحافي من أهم الأشياء في العمل الصحافي ومهنته، حيث يعتبر دليل الهاتف الخاص بعدد من الشخصيات التي تقدم المعلومات للصحافي في الذي يغطيه من أهم ما يطلع عليه كل صباح ليختار منهم من يتصل به للحصول على خبر جديد، وبالتالي لابد من التواصل معها والإبقاء على علاقة جيدة بها للحصول على المعلومة، وإن كان ثمة بعض السلبيات في ذلك، حيث يبقى أن المصدر هو من يحدد الخبر وزمن نشره، هذا الحال تغير تماما أو إلى درجة كبيرة مع الصحافة الإلكترونية التي توسعت فيها المصادر، بل أتى معها ما يسمى "**صحافة المواطن**".

وبالتالي لم تعد الشخصيات، والمكاتب العلاقات العامة وشركات الأخبار هي المصدر الوحيد للصحافي للحصول على المعلومة والتي أحيانا كثيرة تتضمن تصريحات محددة للمسؤول ما، لا تعطي فرصة للصحافي أن يقدم تساؤلات للحصول على إجابات أو معلومات توضيحية أو إضافية، بل توسع مفهوم المصادر وأصبح كل مواطن من حقه أن يصور ويسجل وأن يكتب الخبر بسرعة ويرسله للصحيفة أو للنشر في موقعه أو مدوّنته الخاصة، ويمكن للصحفي أن يبدأ من ذلك أو حتى من ملاحظة وصلته

[1]- الشفيع عمر حسين، الصحافة الإلكترونية، المفهوم، والخصائص والانعكاسات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الإمارات، ط1، العدد 168، 2011، ص40.

بالبريد الإلكتروني أو التعليق على خبر كتبه، أو من قصة رواها أحد المواطنين في مدونته أو موقعه أو أي موقع آخر.

ويمكن القول إن الصحافة الإلكترونية أحدثت انقلابا كبيرا في مصادر الحصول على المعلومات وتحليلات أكثر من كونه كاتبا للخبر، وهذا ما يطلق عليه نظام التحقيقات الصحافية أو الصحافة الاستقصائية والتي تبرز فيها مقدرة الصحافي المهنية في تقديم مزيد من الأخبار والحصول على معلومات أعمق توفر للمواطن العادي والقارئ ما لا يستطيع الحصول عليه.

إلى جانب ذلك، قدمت صحافة المواطن للصحفي إمكانية التغطية في كل المجالات وعدم التقيد بمجال محدد مع مواعيد مسبقة كما كان يفعل في الماضي، وأصبح بإمكان المواطن أو الصحافي أن يخرج كاميراته ويصور بالفيديو ويسجل ملفات صوتيه في أي وقت متى ما وجد ما يستحق النشر والاهتمام. [1]

6-3- على الخبر الصحفي:

مع ظهور الصحافة الإلكترونية بتقنيات النشر المتعددة التي توفرها شبكة الإنترنت، أصبح الناس يتوقعون أكثر من مجرد نص أو صورة كما كانت تحملها الصحف الورقية التقليدية، وبالفعل أصبحت الصحيفة الإلكترونية حريصة على كتابة الخبر بتوسع كامل لأنها غير محددة بمساحة معينة، مع إمكانية الاستفادة من تقنيات تثبيت الفيديو وتسجيلات الصوت، وعدد لا محدود من الصور من مختلف الاتجاهات للخبر نفسه، وهي ميزات لا تتوفر لدى القارئ وناشر الصحيفة الورقية. إلى جانب سرعة نشر الخبر في دقائق معدودة وإمكانية تعديله عدة مرات لتصحيح الأخطاء (إن وجدت) وإضافة أي معلومة جديدة ترد إلى الصحيفة حول الخبر، حتى ولو من أي قارئ من خلال التعليق على الخبر من أسفله والإطلاع على الخبر في أي وقت مع وجود معلومات إضافية، وكذلك ميزة الأرشيف، حيث لا يستغرق

[1]- الشفيع عمر حسين، المرجع السابق، ص45.

الأمر سوى ثواني محدودة من القارئ للوصول إلى الخبر القديم في الصحيفة الإلكترونية، ولا ننْس الحرية الكبيرة التي تتصف بها الصحيفة الإلكترونية، حيث يمكن النشر أية معلومات بدون الحاجة إلى الرقابة التي عادة ما تضعها الحكومات للحد من النشاط المعارض لسياستها، وإن كانت الرقابة ضرورية في المسائل الأخلاقية والتي تمس الدين والعقيدة.

ويمكن للخبر أن يصل إلى القراء بعدة وسائل أخرى، مثل البريد الإلكتروني، أو بوضع الرابط في مكان مختلف، أو في المنتديات العامة، أو المواقع الخاصة بالجماعات المختلفة وغيرها. المهم أن الخبر في الصحيفة الإلكترونية يجد له مساحة أكبر وسرعة في النشر والوصول والحرية، وهي من أهم الانعكاسات التي خلقتها الصحافة الإلكترونية وامتازت بها عن الصحافة الورقية.[1]

6-4- على مهنة الصحافي:

الصحافي الإلكتروني أصبح مع لقبه الجديد هذا يحتاج إلى أن ينشط أكثر من ذي قبل، حيث إن الصحافي في الصحيفة الورقية/التقليدية كان عليه أن يكتب الخبر على الورق فقط ويرسله إلى قسم الطباعة على الكومبيوتر أو يكتبه فقط، وتنتهي مهمته عند هذا الحد، ولكن في الصحيفة الإلكترونية أصبح على الصحافي أن يتعلم برامج الطباعة المختلفة، ويتعامل مع الكاميرا ويعرف كيفية تصوير الفيديو بدرجة وضوح عالية، وكذلك التصوير الرقمي من الكاميرا الرقمية وطرق إنزالها في الكمبيوتر وتكبير الصورة وضبط الألوان وتصغير الصور وغيرها من التقنيات الحديثة عليه، ليتناسب ذلك مع النشر والتعديل والتجديد أولا بأوّل خلال اليوم الواحد.إلى جانب أهمية إتقان استخدام الإنترنت وطرق عمل الروابط الخاصة بخبره، وتصميم الصحيفة الإلكترونية.[2]

كما على الصحافي الإلكتروني أن يكون على تواصل مع أحدث الأخبار الخاصة بالابتكارات الحديثة في مجاله من كاميرات وبرامج وغيرها ليتمكن من تطوير نفسه أولا بأول، بالإضافة إلى امتلاك

[1]- الشفيع عمر حسين، المرجع السابق، ص 46.

[2]- المرجع نفسه، ص47.

بريد إلكتروني، ومعرفة طرق التعامل معه، ومراجعته أولا بأوّل والرّد عليه، لأن ذلك يمثل جانبا كبيرا من الثقة والمصداقية لدى القارئ الذي يتابع صحيفته الإلكترونية مع وجود مئات الخيارات الأخرى. وهذا عكس ما يحدث مع الصحف الورقية التقليدية التي تصل فيها الرسائل إلى المحرّر بعد فترة من النشر ويمكن ألا يتحمس للرّد عليها، وبتالي يفقد صلة التفاعل مع القارئ. لقد أصبحت مصداقية الكاتب الصحافي على المحك من نقطة تفاعليه مع القارئ ومدى تقبله للنقد الذي تثيره كتاباته التي يكتبها وفقا لرؤيته وقناعته، وأصبح القارئ نفسه متحمسا للصحافي الذي يتقبل النقد ويعيد حساباته من جديد.

أصبح الصحافي الإلكتروني أيضا مطالبا بسرعة الكتابة ونشر الخبر، حيث يجب أن يكتب تحت عنوان خبر عاجل، حتى وإن كان مجرد عنوان الحدث فقط، ليرجع بعد دقائق فيكتب التفاصيل وهكذا يظل متابعا للخبر بإضافة المزيد من التفاصيل حال الحصول عليها أو ورودها من القراء أو في مواقع أخرى مثلا، مع الصور والفيديو وتسجيلات الصوت ورسومات الجرافيك وغيرها، وأحيانا يختصر في الخبر إذا حدث وكتبته صحف أخرى كثيرة غيره، كما أنه أصبح بالإمكان للصحافي أن يضع روابط أخرى للخبر من صحف أخرى أو حتى مواقع متخصصة ليربط القارئ بكل ما يخص الخبر، وبالتالي يستفيد من تواجد صحف أخرى على شبكة الانترنت وليس المنافسة الحادة والسبق الصحفي كما يحدث لدى الصحف الورقية.[1]

ومن أهم ما انعكس على مهنة الصحافي أيضا إمكانية قيامه بتحقيقات وحملات واسعة تستقطب الملايين من القراء وتستوعب المزيد من المعلومات، حيث إن إحساس القارئ بمشاركته في وضع الحدث وكتابة الخبر يجعله أهم أدوات الترويج للصحيفة نفسها وللخبر، حيث إن الحملات والتحقيقات الاستقصائية التي توفرها الصحافة الإلكترونية أصبحت ذات تأثير عالمي وكبير على العكس من

[1]– الشفيع عمر حسين، المرجع السابق، ص 48.

الصحف الورقية التي عادة ما يكون الجهد الكبير الذي يبذله الصحافي في تحقيق ما مقتصرا على مكان محدد ونسبة معينة من القراء.

إن الانعكاس الذي حدث على مستوى الصحافي المهني جعل منه شخص يهتم بتطوره الثقافي والمهني والتقني كثيرا، ويقربه أكثر من قبل من قرائه الذين يستطيعون التواصل معه والرد عليهم مما يجعلهم أكثر ارتباطا بالصحيفة التي تنشر آرائهم وتعليقاتهم وتصحيحات المعلومات المنشورة.[1]

6-5- على القارئ (الجديد):

لعل أهم ملاحظة في القارئ الذي سميناه بالجديد تماشيا مع مصطلح الإعلام الجديد، إنه أصبح يقرأ على طريقة المرور السريع بالعين أو المسح **(Scaning)** وهي طريقة تجعله سريع القراءة وبإمكانه التنقل بعينيه من مكان إلى آخر بسرعة كبيرة دون إكمال الجملة المعينة التي بدأ قراءتها، وهذا ما يتطلب طريقة معينة لكتابة الخبر لجذب انتباه القارئ للمواصلة وعدم الملل والانتقال إلى صحيفة أخرى بمجرد كبسة زر.

ويقول "**زيد سليمان**" إن أهم الانعكاسات للصحافة الإلكترونية أن المستقبل يجعل الأمر في صالح الصحافة الإلكترونية ويفضلها على التقليدية كما تتجه من خدمات تستوعب أغلب تطلعات القارئ وتجذب الفئة المتكاسلة الباقية، ويشرح ذلك قائلا: "إن معطيات التكنولوجية المتاحة في إطار الصحيفة الإلكترونية المعتمدة على الحواسيب ستسهم بلا شك في تخطي مسألة القراءة، فكثير من القراء يتكاسلون عن القراءة لسبب أو لآخر مما جعلهم يهربون من الصحافة المطبوعة إلى الراديو والتلفزيون (ونضيف أن كثيرا من النّاس أصبحوا يعتمدون على الأخبار العاجلة التي ترد إليهم عن طريق الهاتف المتحرك من القنوات والصحف) بصورة كبيرة حيث من الممكن أن يقوم جهاز الحاسوب في ذاته بقراءة مضمون المادة الصحفية داخل الصحيفة الإلكترونية، بمجرد أن يقوم المستخدم بطلب ذلك عن طريق الإشارة إلى النص

[1]- الشفيع عمر حسين، المرجع السابق، ص ص48- 49.

المطلوب قراءته، بل من الممكن في حالة رغبة المتلقي في أن يوفر على نفسه عناء المتابعة البصرية في تصفح النص على شاشة الحاسوب أن يوعز للبرنامج قراءة المادة الصحافية المطلوبة ".[1]

7- عوامل انتشار الصحافة الإلكترونية:

مرت الصحافة بعد ظهور الانترنت بتغيرات كثيرة والتي تعد أهم ما حدث للصحافة منذ ظهورها ويعد الوصول إلى المعلومات والأخبار من أي مكان في العالم عن طريق شبكة الانترنت ومتابعة تقارير حول الأحداث في وقت حدوثها وظهور محتوى الوسائط المتعددة والتفاعلية ليست إلا مظاهر لهذه التغيرات.

يرى بعض الباحثين أن ولادة الصحافة الإلكترونية كان مع بداية السبعينات، وظهور خدمة «**التلتكست**» عام **(1976)**، كثمرة تعاون بين مؤسستي: **(And Independent Broadcasting BBC)**

ولقد شهد عام **(1979)** ولادة خدمة الفيديوتكست الأكثر تفاعلية مع نظام **(Prestel)** على يد مؤسسة **(British Telecom Authority)** البريطانية، وبناءا على نجاح الذي أحرزته المؤسسات المذكورة في توفير خدمة النصوص التفاعلية للمستفيدين، دخلت بعض المؤسسات الصحفية الأمريكية منتصف الثمانينيات على هذا الخط، وذلك بدأ العمل على توفير النصوص الصحفية بشكل إلكتروني إلى المستفيدين عبر الاتصال الفوري المباشر.

إلاّ أن هاته المحاولات لم تلق النجاح المطلوب، وتكبدت خسائر مالية قدرت حينها بـ **200** مليون دولار أمريكي، لذلك توقفت مشاريع هذه المؤسسات الصحفية، ويرجع المختصون البداية غير الموفقة للصحيفة الإلكترونية، إلى عدم توفر تقنيات متطورة بما فيه الكفاية لتسمع بوصول غير مكلف وسهل

[1]- الشفيع عمر حسين، المرجع السابق، ص 49.

إلى المحتوى الإلكتروني، زيادة على نقص الاهتمام بهذا النوع من الخدمات الإعلامية من قبل المعلنين والمستفيدين على حد سوء.[1]

لكن مع بداية التسعينات تطورت تقنيات النشر الإلكتروني، إضافة إلى الحاجة المستفيدين إلى الخدمات الإلكترونية ولقد ارتبط نجاح خدمة التلتكست باعتمادها على جهاز التلفزيون، أما نجاح الصحيفة الإلكترونية في انطلاقتها الثانية فمرتبط بتوفر جهاز الحاسب الآلي وتطوره.

يشير البعض أن الصحافة الإلكترونية شهدت ازدهارا كبيرا بعد الحادي عشر من سبتمبر، الذي استفاق العالم فيه على واقع حدث مهول في أمريكا، إذ استطاعت الصحف الإلكترونية والموقع الإخبارية الإلكترونية أن تنقل بالكلمة والصوت والصورة ذلك الحدث التاريخي بدقة وكفاءة نادرة، بينما تعثرت بعض الصحف والفضائيات التقليدية وأثبتت فشلها في تلك المهنة.

بينما يرى فريق آخر أنه مع عمليات التطور في مجال استخدامات الانترنت، بدأت شبكات الإذاعة والتلفزيون المشهورة مثل **BBC** و**CNN** والجزيرة تخصص مواقع مستقلة لها لتحمل ما يصلها من بيانات وأخبار لكل من يريد أن يتصفحها، أيضا بدأت الصحف العامة هي الأخرى تظهر على شاشات شبكة المعلومات من خلال المواقع التي أعدتها لذلك، والتي لاقت إقبالا كبيرا من جانب رواد الانترنت الذين وجدوا فيها ضالتهم المنشودة واستغنوا بها عن الصحف الورقية المأثورة، وفضلا على ذلك، بدأت الصحف الإلكترونية البحتة أو الخالصة تظهر إلى حيز الوجود سواء في الدول الأجنبية أو في البلاد العربية.

ولقد كانت بداية الصحافة الإلكترونية «مجرد مواقع تحتوي على مقالات وموضوعات وأفكار وأطروحات ورؤى بسيطة، وتحديدا انطلقت من منديات الحوار، التي تتميز بسهولة تحميل برامجها

[1]– فوزية عبو، الصحافة الإلكترونية، مطبوعة بيداغوجية لطلبة سنة أولى ماستر، كلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الدكتور مولاي طاهر، سعيدة،2021/2020، ص ص 16، 17.

وبساطة تركيبها، إذ يكفي أن تقوم بتحمل هذا البرامج المجانية في الغالب ورفعها لموقعك في أقل من ساعة، ليبدأ بعدها الموقع بأثرة في العمل المحدد له وفي اجتذاب عدد كبير من الزوار».[1]

[1]– فوزية عبو، المرجع السابق، ص 17.

خلاصة الفصل:

نستنتج مما سبق إن الصحافة الإلكترونية تمثل تحديات للصحف الورقية وهذا ما جعل هذه الأخيرة تسعى لتأكيد تواجدها على شبكة الإنترنت فمنها ما يستمر ومنها من يتوقف عن الإصدار بسبب الربحية نظرا لإحجام المستخدمين عن الدفع نظير مطالعتهم لنسخ الصحف عبر الشبكة وهذا ما جعل الخدمات الصحفية أيضا تعمل على وضع الرسوم مدفوعة للإشراك عبر شبكة الإنترنت لجذب مزيد من المستخدمين فقد فوجئ الجميع بتفوق بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية العالمية والتي أصبحت كمرجعية إخبارية في الظروف الجادة والحرجة وأصبح من الطبيعي أن يلجأ إليها الفرد العادي المهتم أو المختص في السياسة وغيرها كمرجعية موثوقة مصداقية، بعد أن كانت مهتمة بالتواطؤ والتدليس ورغم كل الانتقادات الموجهة للصحافة الإلكترونية إلا أن قدرتها وإمكانياتها قد أهلتها لإعادة تشكيل عالم جديد للإعلام والاتصال ولكل وسيلة إعلامية جمهورها ولكل عصر متطلباته والإنسان العاقل هو الذي يجمع بين المتطلبات المعاصرة وأهمية الأصالة.

الفصل الثالث: الوعي المقاولاتي والمقاولاتية لدى الطالب الجامعي

تمهيد

أولا: الجامعة والثقافة المقاولاتية

ثانيا: الأستاذ الجامعي وغرس روح المقاولاتية

ثالثا: مقومات الفكر المقاولاتي

رابعا: مقومات الثقافة المقاولاتية

خامسا: خصائص المقاولاتية

سادسا: صعوبات ممارسة المقاولاتية وأهدافها

سابعا: آليات نشر المقاولاتية

ثامنا: تطور الفكر المقاولاتي

تاسعا: النظريات المفسرة للمقاولاتية

عاشرا: النظريات المفسرة للصحافة الإلكترونية

خلاصة الفصل

الفصل الثالث: الوعي المقاولاتي والمقاولاتية لدى الطالب الجامعي

تمهيد:

يشغل اليوم موضوع المقاولاتية وإنشاء مشاريع جديدة حيزًا كبيرًا من اهتمامات الحكومات والدول خاصة منها الجزائر، نظرًا للدور الذي تلعبه في مختلف برامج التنمية، وتعد ظاهرة المقاولاتية أكثر المواضيع التي تثير جدلاً واسعًا لدى المنظرين ويعود سبب إلى تعدّد التخصصات والحقول المعرفية التي تناولت الجوانب المفسرة لها، كلها تهدف إلى تحقيق النمو والتناسق الاجتماعي من خلال تحسين قدرة المشاريع على الابتكار والرفع من كفاءة الاستراتيجيات العمل المقاولاتي تحقيقًا لتنمية الاقتصادية والاجتماعية هذه المعطيات توضع لنا أهمية مقياس المقاولاتية، وذلك لتلقين الطالب مختلف المعارف المتعلقة بكيفية إنشاء مؤسسة، وما ينبثق عن ذلك من مواضيع وإشكاليات فرعية سيتم مناقشتها وطرحها من خلال مضمون محاضرات والتي تم إعدادها بطريقة منطقية ومتلاحمة بما يخدم أهداف المقياس والتخصص بصفة عامة، وبما يضمن للطالب الحصول على رؤية شاملة لمقياس مهم، يتميز بتشعب مواضيعه ومنطلقاته الفكرية والتنظيمية.

وإن أغلب الأطر النظرية المهيمنة على أدبيات المقاولاتية مستمدة من حقل البحوث في العلوم الاقتصادية والإدارية على الرغم مما يمكن أن تلعبه العلوم الإنسانية والاجتماعية في ضبط النسق الاقتصادي.

أولا: الجامعة والثقافة المقاولاتية

أوضحت عدة كتابات أن التعليم والتدريب المقاولاتي هو من بين العوامل المحددة لتواجه المقاولاتي للأقدام وأنه لا يوجد مقاولين بالفطرة، فالمقاولاتية ما هي إلا نظام يخضع لتعليم والتأهيل كغيره من المجالات، والجامعة من أهم المؤسسات التعليمية التي تلعب دورًا رياديًا في غرس الثقافة المقاولاتية لدى الشاب الجامعي، وذلك من خلال إدراج مقياس المقاولاتية في كل التخصصات العلمية تقريبًا، واستحداث وإنشاء دار المقاولاتية بكل جامعة وتنشيط ملتقيات وندوات لفائدة الراغبين من الطلبة في إنشاء المؤسسات.

وتعتبر دار المقاولاتية المستحدثة في كل جامعة ركيزة هامة لنشر ثقافة المقاولاتية بين الطلاب وتدريبهم على روح المبادرة، من خلال إدراج مقياس إنشاء المؤسسة على مستوى أغلبية التخصصات هذا من شأنه أن يعزز ثقافة المقاولاتية، ومن ثم بدء أفكار جديدة لمشاريع مبتكرة، من خلال دورات تساعد الطلاب تجسيد أفكاره في إطار تشجيع الاستثمار المنتج وغرس روح المقاولاتية وسط المجتمع بالخصوص لدى الطلبة في ظل أزمة انخفاض أسعار البترول التي تتطلب إيجاد فرص وبدائل لتوفير المادة الإنتاجية في مختلف المجالات، كما أن الاحتياجات تتلخص في توفير أكثر دعم من جميع الجهات لدار المقاولاتية.

وبالإضافة إلى مشروع دار المقاولاتية لدى الطالب الجامعي من خلال:

– تعميم مفهوم المقاولاتية لدى طلبة الجامعة وتحسسيهم بأن المقاولة اختيار وليس بديل في ظل عدم وجود فرص للتوظيف.

– تدريس مقاييس تعكس المقاولة لمختلف التخصصات وإدخالها في ذكر الطالب الجامعي للمساهمة في الإنتاجية الوطنية من خلال مساهمة القطاع الخاص.[1]

[1]– زهرة مولاي علي، دور الأستاذ الجامعي في غرس روح المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، جامعة البليدة، ص04.

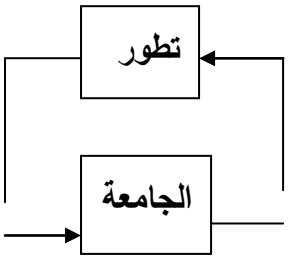
الفكر المقاولاتي والتعليم الجامعي:

مع ظهور اقتصاد المعرفة دفع بالدول للاهتمام بالفكر المقاولاتي خاصة بالجامعات لكونه يمثل دورًا مهمًا مع إعداد الشباب بشكل جيد من خلال مقررات تدريسهم،وذلك من منطلق أن التعرض لمقررات في المقاولاتية والإبداع من المحتمل أن يؤدي وبشكل كبير إلى أن يغدو الطلبة في محطات مهنية عند أي نقطة في المستقبل ويخلق لديهم قدرًا من الاهتمام ببدء أعمال تجارية ويعود تاريخ تدريس المقاولاتية في العالم وعلى مستوى الجامعات إلى عام (**1947م**) عندما قدم (**Mylemaces**) أول مقرر دراسي في المقاولاتية في جامعة "**هارفارد**" الأمريكية وعلى وجه التحديد في كلية (**Harvard**) لإدارة الأعمال حيث جذب هذا المقرر انتباه وإعجاب 188 طالبًا من طلاب الفرقة الثانية لدرجة ماجستير إدارة الأعمال والبالغ عددهم (**600 طالبًا**).

أما من ناحية البحث العلمي والفكر المقاولاتية من خلال مقاربة علاقة البحث العلمي بالمجتمع من مدخل المحيط الاقتصادي والثقافي وضرورة وعيه لجعل الجامعة الخامة لأساس تطوير المقاولاتية وإرساء مرتكزات التنمية في جميع القطاعات المحققة لنقلات متقدمة صناعية وتكنولوجية ومعرفية،هذا الوعي ضروري من شأنه جعل المقاولاتية تظهر في ثوبها كوحدة اقتصادية ومشروع استثمار وآلية اجتماعية اندماجية لخريجي مؤسسات التعليمية في سوق العمل.

وقد أوضحت عدة كتابات أن التأهيل والتعليم والتدريب هو العامل المحدّد لظهور المقاولين في المجتمع وأنه لا يوجد مقاولين بالفطرة، فالمقاولاتية ما هي إلا نظام يخضع للتعليم والتأهيل كغيره من المجالات.

ومن جهة أخرى فإن الجامعة تلعب دورًا أساسيا في الاقتصاد على اعتبار أنها محرك قوى الإبداع والتغيير الاقتصادي (1-1) وبالتالي فإن النموذج وفقا للباحث **(Gibbon)** تحاول الجامعة التوفيق بين مهماته، وبالتالي من خلال الشكل الموضح أدناه بين الجامعة وتطور تنموي.[1]



ثانيا: الأستاذ الجامعي وغرس روح المقاولاتية

إنّ أساتذة الجامعة هم القاطرة العقلية والعملية والثقافية والتقدمية والإبداعية المهمة في المجتمع وكلما كان الأستاذ الجامعي متميزًا خلال مراحل تواجده في الجامعة، وكلما وجد الطالب أستاذًا جامعيًا قائدا علميًا وأخلاقيا فاعلاً وواعيًا وايجابيًا وحياديًا في معاملة طلبته وفي بناء وطنه بتعايش وطني مستندًا إلى حلول أستاذة.

فالخريج الجامعي بحاجة ماسة لتحضيره لدخول سوق العمل وإعطاءه نظرة عامة حول ما يدور في السوق من النشاطات والتغيرات وعدم تركه يصطدم بمفاجآت سوق العمل وخاصة منها:عدم توافق بين مخرجات التعليم ومتطلبات سوق العمل أو عدم توافق لغة التدريس مع لغة العمل. أو وقوع في شبح البطالة... الخ.

وفي المهمة تقع على عاتق الأستاذ الجامعي الذي يلعب دورًا كبيرًا في نشر الوعي وتغيير بعض القيم أو الأفكار في اعتقاد الطالب الجامعي بمجرد حصوله على الشهادة الجامعية أنه بإمكانه الحصول على الوظيفة، باعتبار الفئات المطلوبة أكثر في السوق العمل هي الفئات ذوي الشهادة إنما توعيته بأن الشهادة الجامعية ما هي إلا تأثيره لدخول سوق العمل وأن سوق العمل يعيش دائمًا اضطرابات وليس

[1]- أمينة بن بدر، دور الجامعة في ترقية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الأغواط، 2019، ص ص 7-8.

دومًا في حالة استقرار (أي وجود توازن بين عرض الطلب وعليه مما يؤدي إلى بطالة المتعلمين) وعوض أن ينتظر من سوق العمل أن يمنح له فرصة عمل وتجنبه المعاناة لمدة طويلة من بطالبة أو الشغل مناصب عمل لا تتماشى مع مستواه العلمي، يتم تحضيره لدخول سوق العمل بفكرة الاعتماد على النفس لكسب لقمة العيش وذلك من خلال إنجاز مشروع جديد، أو إنشاء مؤسسة خاصة بفضل ما تعلمه في الجامعة من معارف علمية ومهارات وقدرات إضافة إلى توفر كل الإمكانيات اللازمة لذلك وبالتالي يكون قد حقق طموحاته التي تعود عليه بالفائدة وعلى المجتمع الذي ينتمي إليه.[1]

- الجامعة والفكر المقاولاتي لدى الطالب الجامعي:

تعتبر الجامعة المحرك الأساسي لجميع مناحي التنمية في مختلف أبعادها الاقتصادية والثقافية والاجتماعية وحتى سياسية، حيث ترتكز أغلب الدول المتقدمة على كيفية ترقية الجامعة لتستجيب لمختلف التحديات والاستراتجيات طويلة المدى كما تعتبر التنمية الاقتصادية والرفاه الاجتماعي بمثابة المعيار الذي ترتب به دول العالم على سواء صعيد التنمية البشرية أو الثقافية الاجتماعية، حيث تعتمد الأمم المتحدة على سبيل المثال في ترتيب دول العالم من حيث التنمية البشرية على دليل التنمية البشرية هذا الأخير يقوم على **3** أبعاد رئيسية: الدخل الفردي، الصحة والتعليم إذا أردنا تقسيم إسهامات الكيانات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في مختلف الدول في هذا الدليل، سنجد أن الجامعة لها الدور الكبير في تحقيق ما سبق.

ويعتبر التوجه الحديث لكافة الاقتصاديات العالمية هو ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتعزيز تنافسها عن طريق دعمها ومدها بالقدرات البشرية الكفوة، والجامعة في هذا الأساس أولت الجامعات على مختلف تخصصاتها أهمية بالغة ليس لمجرد تخريج كفاءات علمية تهتم بالبحوث الأساسية والتطبيقية، بل لكيفية تحضير الطلبة قبل تخرجهم للولوج إلى عالم الاقتصاد والأعمال وذلك بإمدادهم بالمعارف

[1]- زهرة مولاي علي، المرجع السابق، ص5.

والمهارات اللازمة لكيفية إنشاء مشروع مقاولاتي تنافسي يخدم الجامعة من جهة (التصنيف) والاقتصاد والمجتمع من جهة أخرى.

بناءًا على ما سبق، يرجع الاختصاصيون في تعليمية الموارد إلى إدراج مقاييس خاصة وإقامة برامج تكوينية تهدف بالأساس إلى تخرج طلبة قادرين على النهوض بمشاريع مقاولاتية ناجحة وذلك كل في تخصص ويصطلح على هذه العملية التعليم المقاولاتي.[1]

ثالثا: مقومات الفكر المقاولاتي

يمتلك المقاول نوعين من المهارات وهي:[2]

1- المهارات التفاعلية: وتمثل مجموعة من المهارات من حيث بناء وتكوين علاقات إنسانية بين العاملين والإدارة والمشرفين على الأنشطة والعملية الإنتاجية والسعي لخلق بيئة عمل تفاعلية تستند إلى تقدير والاحترام والمشاركة في حل المشكلات ورعاية وتنمية الابتكارت، فضلا عن تحقيق العدالة في توزيع الأعمال وتقسيم الأنشطة وإقامة القنوات اتصال متفاعلة تضمن سير العمل بروح الفريق الواحد وهذه المهارات توفر الأجواء لتحسين الإنتاجية وتطوير العمل.

2- المهارات التكاملية: المقاولون يسعون باستمرار إلى تنمية مهاراتهم تكاملية بين العاملين حيث تصبح المؤسسة أو المشروع وكأنه خلية عمل متكاملة وتضمن إنسانية الأعمال والفعاليات بين الوحدات والأقسام.

3- المقومات الإدارية: تشمل على تشكيلة أو تولفية متنوعة من المهارات نكر منها:

---

[1]- أبو قاسم حمدي، دور الجامعة في ترقية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أغواط ، 2019، ص 3.

[2]- آمنة سعودي، شعبان بعطيش، آثر المقومات الفكر المقاولاتي في تحقيق الإبداع في المشاريع المقاولاتية ، دراسة على طلبة الماستر، قسم علوم التسيير بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مسيلة، العدد 36 (1)، ص ص 80-81.

- **المهارات الإنسانية:** تتمثل في المهارات الخاصة بالتعامل الإنساني والتركيز على إنسانية العاملين، ظروفهم الإنسانية والاجتماعية وتهيئة الأجواء الخاصة بتقدير واحترام الذات، فضلاً على احترام المشاعر الإنسانية والكيفية التي يتم بها استثمار الطاقات خلال بيئة عمل تركز على الجانب السلوكي والإنساني .

- **المهارات الفكرية:** وتتطلب إدارة المشروعات مجموعة المهارات الفكرية وامتلاك المعارف والجوانب العلمية والتخطيطية والرؤيا لإدارة مشروعه والقدرة على تحديد أثر ذلك على المركز التنافسي للمؤسسة، سلوكيات المنافسين وتصوراتهم المستقبلة وكذا سلوكيات المستهلكين وأثر ذلك على الحصة السوقية.

- **المهارات الفنية (التقنية):** وتتمثل في المهارات الأدائية ومعرفة طبيعة العلاقات بين مراحل الإنتاجية، والمهارات التصميمية لسلع ومعرفة كيفية أداء العديد من أعمال الفنية خاصة فيما يتعلق بتصميم المنتج وكيفية تحسين أدائه وكل ما يرتبط بالجوانب التشغيلية، ومعرفة كيفية أداء العديد من الأعمال الفنية (خاصة فيما يتعلق بتصميم المنتج) ومعرفة كيفية ترتيب الأجزاء وصيانة بعض المعدات والآلات والمكونات الأساسية للآلات وهذه المهارات تكون ذات تأثير كبير في بعض المشروعات كما هو الحال في مصانع ملابس والأقمشة أو الشركات ذات الطبيعة تصنيعية والفنية كالتجارة ومشاغل أحرى.

4- المقومات الشخصية: تتمثل الخصائص الشخصية للمقاول في العناصر التالية:[1]

- **الثقة في النفس:** عن طريق الثقة في النفس يستطيع المقاولون أن يجعلوا من أعمالهم أعمالاً ناجحة،لأنه يملكون شعورًا متفوقًا وإحساسًا بأنواع المشاكل المختلفة بدرجات أعلى،فميزة الإحساس بالأمان التي يبحث عنها الأفراد عادة لا تحد من قدرتهم وحريتهم في السيطرة على الأمور ويعتبرون حدث خطأ وتحمله جزء كبير من ضريبة الأعمال ودافع كبير للإبداع والتطوير وإضافة قيم وخدمات جديدة للمجتمع.

- **الطاقة والحركة:** سلوك ضروري لا يمكن الاستغناء عنه لأن عملية إنشاء مؤسسة تتطلب بذل جهد معتبر وتهيئة الوقت الكافي والطاقة اللازمة لإنجاز الأعمال.

[1]- آمنة سعودي، شعبان بعطيش، المرجع السابق، ص ص 82-83.

– **القدرة على حل مختلف المشاكل:** قد تواجه المقاول عدة عقبات وهذا ما يفرض عليه محاولة حلها واللجوء في بعض الأحيان إلى أطراف أخرى ومع ذلك لا يمكن نقل كل المشاكل إلى استشاري ما لأنه ما قد يشكل له مشكلة لا يكون كذلك بالنسبة إلى استشاري أو مساعد.

– **تقبل الفشل:** يشكل الفشل جزء من النجاح، وبالنسبة للمقاول الفشل، الخطأ وحلم هي مصادر لاستغلال فرص جيدة وبالتالي تحقيق نجاحات مستقبلية.

– **قياس المخاطر:** ينبغي أن يكون المقاول قد قدر المخاطر التي ستواجهه في المستقبل سواء كانت على مدى المتوسط أو الطويل، فلا يجب أن يعتمد على الخط الذي نادرًا ما يتكرّر. فالنجاح يأتي نتيجة لجهود طويلة وعمل دائم وتقييم مستمر لنشاط.

– **الابتكار والإبداع:** من أجل أن تستمر المؤسسة يجب أن تطور من ناحية منتجاتها وهياكلها ومخططها الاجتماعي لهذا تنشأ ضرورة للانفتاح على الابتكار وهذا ما يتطلب القدرة على التحليل والاستعداد وتوفير الطاقة اللازمة للاستجابة لتوجهات جديدة التي ستكون مفاتيح لتطوير المؤسسة.

ويرى آخرون ضرورة إضافة الموصفات التالية:

– **الحاجة إلى الإنجاز:** أي تقديم أفضل أداء والسعي إلى انجاز الأهداف وتحمل المسؤولية والعمل على الابتكار والتطوير المستمر والتمييز وذلك فالمقاول دائمًا يقيم أدائه وانجاز في ضوء معايير قياس غير اعتيادية.

رابعا: مقومات الثقافة المقاولاتية

باعتبار الثقافة المقاولاتية مجموعة من القواعد القيمة والعلمية كما سبق الذكر فهي تحتاج بمقومات من أجل الظهور والبروز في أي مجتمع حتى يمكننا أن نقول عليه مجتمع مقاولاتي، وفيما يلي أبرز هذه المقومات:

1- المحيط الاجتماعي: يعتبر المحيط الاجتماعي عنصرًا مهمًا في الدفع نحو إنشاء مؤسسة نظرًا لتركيبته المعقدة والثرية.

2- الأسرة: تعمل الأسرة على تنمية القدرات المقاولاتية لأبنائها ودفعهم لتبني إنشاء مؤسسات كمستقبل مهني خاصة إذ كان هؤلاء الآباء يمتلكون مشاريع خاصة عن طريق تشجيع الأطفال منذ الصغر على بعض النشاطات وتحمل بعض المسؤوليات البسيطة.

3- الدين: يعتبر الدين من بين المؤسسات الاجتماعية التي يستند منها الفاعلون الكثير من القيم والمعايير وبهذا يعتبر إكمال لمقومات الفعل المقاولاتي.

4- العادات والتقاليد: تعتبر العادات والتقاليد من العوامل المؤثرة على توجه نحو إنشاء مؤسسات فالمجتمعات البدوية تمارس الزراعة والرعي مع أبناءها أما الصناعات التقليدية والأنشطة التجارية فثرواتها الأجيال.

5- المدرسة: ليست المدرسة بمعزل عن الديناميكية السوسيو اقتصادية للمجتمع. فالإضافة إلى دورها التكويني والتربوي المعتاد يتعين عليها أن تقيم جسور الانتقاء مع المقاول وبالتالي تشكل قاطرة التنمية من خلال انفتاحها على المقاولة وتنمية ثقافة المقاولة لدى الشباب.[1]

خامسا: خصائص المقاولاتية

تتسم المقاولاتية بأنها إنشاء مؤسسة غير نمطية فهي تتميز بالإبداع وتتسم المقاولاتية بالخصائص التالية:

- ارتفاع نسبة المخاطرة في المقاولاتية لأنها تأتي بالجديد، وبمعدلات عوائد مرتفعة في حالة قبول المتبع في السوق.

- **إمكانية النمو:** تملك المقاولات قدرة كبيرة وإمكانية النمو.

- **الأهداف الإستراتيجية:** إن المشروع المقاولاتي عادة يذهب إلى بعد كبير حيث يرتبط بتطوير السوق.

[1]- رفيقة بوعلاق، بدجاجة سناء، المرجع السبق، ص 26.

– تتميز المقاولاتية بالفردية النسبية، المبادرة وتمكن المقاول من ممارسة التسيير بشكل مباشر ومستقل بدل الاعتماد على مجلس الإدارة، وهو ما يسمح له بتجسيد أفكاره على الواقع.

– زيادة متوسط دخل الفرد والتغيير في هياكل الأعمال والمجتمع، تعمل المقاولة على زيادة متوسط دخل الفردي.

– تسمح بتشكيل الثروة للأفراد عن طريق زيادة عدد المشاركين في مكاسب التنمية، مما يحقق العدالة في توزيع مكاسب التنمية.

– توجيه الأنشطة في المناطق المستهدفة، تستطيع الدولة الاتجاه المقاولاتي في أعمال معينة الأعمال التكنولوجيا.[1]

تتميز المقاولاتية بالجملة من الخصائص نذكر منها:

– هي عملية إنشاء وخلق شيء جديد أي أنها تتميز بالإبداع.

– يعتبر المقاول هو القائد الذي يقود العملية المقاولاتية.

– تتسم بالمخاطرة وهذا لأنها تقدم منتجات جيدة، حيث تتوقف هذه الأخيرة على قبولها في السوق.

– تحتاج المقاولاتية إلى المقاول إلى رسم خطة إستراتيجية حتى يضمن تحقيقها على أرض الواقع وبالتالي ضمان نجاح مشروعه.

– تهدف المقاولاتية إلى خلق ثروة والقيمة المضافة وخلق مناصب الشغل.

– المقاولاتية هي إحدى مدخلات عملية اتخاذ المتعلق بالاستخدام الأفضل للموارد المتاحة للوصول إلى إطلاق المنتج أو الخدمة الجديدة وكذلك الوصول إلى تطوير أساليب جديدة للعمليات.

[1]– أمينة بن رزارة، مطبوغة بيداغوجية في مقياس المقاولاتية لسنة الثانية ماستر، الاتصال والعلاقات العامة، جامعة قالمة، 2023، ص10.

– المقاولاتية: تعني الإدراك الكامل للفرص المتمثلة في الحاجات والرغبات والمشاكل والتحديات والاستخدام الأفضل للموارد نحو تطبيق الأفكار الجديدة في المشروعات التي يتم تخطيطها لها بكفاءة عالية.

سادسا: صعوبات ممارسة المقاولاتية وأهدافها

1- صعوبات ممارسة المقاولاتية:

تواجه المقاولاتية مصاعب عديدة منها:

مصاعب التمويل: في مقدمة المصاعب التي تواجه المقاولاتية إذ أن صغر حجم هذه المؤسسة يجعل من الصعب حصولها على القروض المصرفية لأسباب عديدة عدم وجود ضمانات كافية لأصحاب المؤسسة.

المصاعب الاقتصادية والسياسية والتوجهات الحكومية الإدارية: تظهر هذه المشاكل التي تعاني منها المقاولاتية نتيجة التوجهات الحكومية.

مصاعب الخبرة التنظيمية ونقص المعلومات: تتمثل في نقص المعلومات.

مصاعب العقار الصناعي: تواجه المستثمرين الجدّد ويعود ذلك إلى انعدام سياسة.

الجباية: بالرغم من الإجراءات المتخذة حيال تخفيف الأعباء الجبائية على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا يزال المستثمر في هذا القطاع يعاني من ارتفاع نسبة الضرائب على الأرباح ومن مختلف الشركات المفروضة على المستثمرين.[1]

2- أهداف المقاولاتية: يمكن تلخيصها فيما يلي:[2]

– استقطاب شباب للعمل الحر، والمبادرات الفردية والأعمال المقاولاتية، واستثمار أموالهم وطاقاتهم في مشروعات صغيرة.

[1]– رفيقة بوعلاق، بدجاجة سناء، المرجع السابق، ص30.

[2]– أمنية بن زارزة، المرجع السابق، ص11.

– تحقيق المكاسب المالية وتعظيم الربح فهو أهم هدف تسعى إليه المقاولاتية.

– عامل من عوامل الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي خاصة أثناء الأزمات.

– نشر الثقافة المقاولاتية في أوساط علمية.

– الاهتمام أكثر بالعلم والتكنولوجيا.

– العمل على تغيير اتجاهات فئات المجتمع وغرس ثقافة العمل الحر في مختلف مجالاته.

– تنمية القدرات والمواهب وإتاحة الفرص للإبداع.

– السعي إلى إنشاء مشروعات جديدة أو استحداث وحدات إدارية داخل المنشآت.

– تطبيق التجديد الاقتصادي الذي يشمل إعادة تفكير بالوجهات والفرص المتاحة للمنشآت.

– **ترقية روح المبادرة:** هم رجال الأعمال الذي يتميزون بكفاءة وجرأة، يتحملون المخاطر الكبيرة وذلك في سبيل الاستثمار وابتكار المستقبل.

– **خدمة السوق:** ويأتي ذلك بإنتاج سلع وخدمات متطابقة لطلب الفعلي، فلا يمكن للمقاول أن تصمد في خصم المناخ الاقتصادي السائد الاعتبار خدمة السوق من همام مركزية ويرى الكثير من الاقتصاديين أن الربح هدف المشروع لان منظم يتحمل المخاطرة، وبالتالي فإن الربح هو بمثابة مقابل مالي للمخاطرة، كما أن كل مساهم في المقاولاتية يحقرهُ الحصول على نسب من الربح الموزع على شكل مقاسم، فالمقاولة إذ لم تجني أرباحًا كافية، فإن المستثمرين المحتملين سيفزون من أسمائهم المعروفة مما يكون خطرًا على نموها وانتشارها.

– **تعظيم المنفعة الاجتماعية:** فالإضافة إلى تعظيم الربح، ينتظر من المقاولة تعظيم المنفعة الاجتماعية وذلك عن طريق تحسين وضعية المجتمع.

– تمثل المسؤولية الاجتماعية للمقاول دورًا بارزًا في الحفاظ على البيئة وتحسين العمل واحترام الحقوق الأساسية للإنسان.

سابعا: آليات نشر روح المقاولاتية

هناك العديد من الوسائط والمؤسسات التي لها علاقة بنشر الثقافة المقاولاتية وتنمية الروح المقاولاتية لدى الشباب وفيما يلي سنحاول عرض بعض هذه الوسائل التي لها علاقة مباشرة في نشر وترسيخ الثقافة المقاولاتية:

1- الأسرة: تعمل الأسرة على تنمية القدرات لأبنائها ودفعهم لتبني إنشاء المؤسسات كمستقبل مهني خاص إذا كان هؤلاء الآباء يمتلكون مشاريع خاصة، كما أن المحيط الاجتماعي يعتبر عنصرًا مهمًا في الدفع نحو إنشاء المؤسسة نظرًا تركيبته المعقدة.

2- المؤسسات التعليمية: المؤسسات التعليمية ليس بمعزل عن الدينامكية السيوسو اقتصادية للمجتمع، فعلاوة على دورها التعليمي والتكويني يتعين عليها أن تقيم جسور الالتقاء مع المقاولة، والعمل على تنمية ثقافة مقاولاتية لدى الشباب وهنا تكمن أهمية نقل المعارف للمجتمع من أجل تحقيق الثروات ضمن منظور مقاولاتي.

وهذا يشكل التوجه الحديث لمؤسسات التعليم العالي في الجزائر أين تم إدراج مقياس المقاولاتية ليتم تدريسه لطلبة في معظم التخصصات.[1]

3- مؤسسات التكوين والتعليم المهنيين: يرتبط تكوين المهنيين والتعليم المهني ارتباطًا مؤسسًا بالمقاولة كون المتربص مكتسب لحرفة ما أو مهارة فنية قد تؤهله في المستقبل من التطلع إلى مقاولة وعرض فكرته على إحدى حاضنات الأعمال.[2]

- تقريب هيئات الدعم والمرافقة من الجامعة، كما هو الحال بالنسبة أعمال وبرامج دار المقاولاتية.

---

[1]- هوارية زيتوني، مطبوعة بيداغوجية في مادة المقاولاتية، موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر تخصص اقتصاديات العمل، جامعة ابن خلدون تيارت، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم الاقتصادية، 2022/2021، ص38.

[2]- المرجع نفسه، ص38.

– زيادة الملتقيات والمحاضرات عن الفكر المقاولاتي في مختلف كليات ومعاهد الجامعة.

– فتح فروع لحاضنات الأعمال على مستوى الجامعة تعمل على التكفل بأفكار مشاريع الطلبة دفعهم لتجسيدها.

– تحسيس الطلبة إلى أن الطالب على علاقة بالمحيط الاجتماعي والاقتصادي عن طريق توقيع الاتفاقيات مع مختلف المؤسسات وتفعيلها لفتح مجال التربصات الميدانية.

– ربط مختلف التخصصات بالإنتاج وتأسيس المشاريع.

– نشاطات المنظمات الطلابية: عقد دورات تدريبية، استعراض واستضافة نماذج إيجاد مسابقات، زيارات ومعارض طلابية.

بالرغم من الجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية من خلال التسهيلات التي تمنحها كتقديم قروض بدون فائدة لدى الشباب الجامعي بهدف إنشاء مؤسسات مصغرة ومتوسطة، وتنمية القدرات المقاولاتية لديهم، بالإضافة إلى ما تقوم به الجامعة من خلال إدراج مقياس المقاولاتية على مستوى أغلبية التخصصات واستحداث دار المقاولاتية على مستوى كل جامعة.

وكذا تنظيم دورات تكوينية وملتقيات وأيام دراسة لاحتضان أفكار الشباب ودفعهم لتجسيدها.[1]

ثامنا: تطور الفكر المقاولاتي

رغم أن المقاولاتية بدأت تأخذ اهتمام للانتباه في السنوات القليلة الماضية، إلا أننا نجد هذا المصطلح له جذور تاريخية تعود لأزمنة بعيدة لم يتم فيها ذكر هذا المصطلح، ولأهميتها المتزايدة أصبحت الحكومات والباحثين والمجتمع بشكل عام يهتمون أكثر بتطور المقاول ومؤسسة، وقدرته على البقاء والنمو، لذلك تشير الدراسات التي عالجت تطور الفكر المقاولاتي إلى دور المقاولتية الذي تتطور عبر التاريخ والذي لا يقتصر على رفع مستويات الإنتاج، وزيادة العائدات الناتجة عن نشاط المبادرات

[1]– أبو قاسم، المرجع السابق، ص ص 3–4.

المقاولاتية الجديدة، بل يتعداه ليشمل دورها في تجديد النسيج الاقتصادي وتشجيع الابتكارات الجديدة، عن طريق توفير البيئة الملائمة لذلك من خلال القوانين والإجراءات، التعليم والتكوين المقاولاتي...إلخ.[1]

تاسعا: النظريات المفسرة للمقاولاتية

1- المقاربة الوظيفية: العديد من الدراسات اعتبرت أن النشاط المقاولاتي لا يمكن قياس إلا عن طريق مناهج وطرائق موضوعية موجودة في حدّ ذاتها ومستقلة عن الإدراك الذاتي للمقاول، وفي هذا الصدّد ربطت المدرسة النيو كلاسيكية انفتاح وازدهار النشاط المقاولاتي لظروف والشروط الاقتصادية المشجعة مثل:

- سهولة الوصول إلى الأسواق.
- توفير رؤوس الأموال.
- توفير مواد خام.
- توفير اليد العاملة.
- توفير التكنولوجيا.

أشار رواد هذا الاتجاه إلى الدور المركزي للمقاول بصفة محرك التنمية والاقتصادية، القادر على وهو الأب الحقيقي **(Shumpeter)** تحمل الأخطار ومواجهة اللايقين، " **فجوزيف شوبيتر**" من خلال نظرية التطور الاقتصادي اعتبر المقاول الشخصية المحورية في التنمية الاقتصادية لتحمل مخاطر من أقصى الربح، فالمقاول في مختلف الأدبيات الاقتصادية المشكلة لهذا " **ألبراديغم**"، يعتبر أحد الأعوان الاقتصاديين يبحث عن فرصة الأعمال لأجل إنشاء مؤسسة وما يتبع ذلك من استغلال بنشاط لتحقيق الربح وتعظيم رأس المال، فعندما يكون النظام الاقتصادي في حالة توازن بين العرض والطلب، فإن رائد الأعمال (المقاول) هو الذي يكسر حالة التوازن.

[1]- أبو قاسم، المرجع السابق، ص5.

المسيطرة وذلك من خلال ما يقدمه من ابتكارات جديدة وأساليب إنتاج حديثة وأسواق شتة، يتمكن رواد الأعمال من كسر القيود والحوافز والجمود والركود السائد في الأنظمة الاقتصادية بما يطرحونه من ابتكارات وأساليب جديدة فيتبعهم الآخرون فتحدث النقلة الاقتصادية الإيجابية وهذا يسمى بـ " **التدمير الخلاق** " الذي يمكن تسميته اقتصاد المقاولين هذا النهج الاقتصادي التقليدي تعامل مع المقاولة باعتبارها ظاهرة اقتصادية بحتة، تستند إلى العقلانية في السوق ومن خلال طرح حتما آحادي، هذا بغض النظر عن السياق والبيئة الاجتماعية وإهمال الدور الذي تلعبه الثقافة، فيجب الإشارة إلى أن النظريات الاقتصادية لم تخذ بعين الاعتبار للجوانب غير الكمية للفعل العقلاني.[1]

2- المقاربة السلوكية: عمل الكثير من المختصين في العلوم السلوكية على الإجابة على الكثير من التساؤلات المتعلقة بطبيعة المقاولة وخصائص المقاول، ذلك من خلال معالجتهم للمقاول لمقارنة لسمات الشخصية والمقاربة النموذجية.

هذه المقاربة ترتكز على الخصائص البسيكولوجية للمقاولين مثل الصفات الشخصية والدوافع والسلوك بإضافة إلى أوصولهم ومساراتهم الاجتماعية لذا نجد " **ماكس فيبر**" اهتم بنظام القيم ودوره في إضفاء الشرعية وتشجيع أنشطة المقاولاتية كشرط لا غنى عنه للتطور الرأسمالي في نفس الإطار نجد " **ماكيلاند**" ونظريته حول الإنجاز والذي حاول تفسير سلوك المقاول من خلال الحاجة للإنجاز والحاجة للقوة.

بعض الباحثون يميلون إلى التحليل النمطي للمقاولة، حيث أن تعدّد ونمو أنماط المعرفة عن المقاولين لا تسمح لأخذ بنموذج موحد، للمقاول ومن بين الخصائص المتعددة المعرفة المقاول لحضوض إلى الإسهام مدرسة التحليل النفسي (**FAYOLLE**) اعتبر السلوك أن السلوك المقاولاتي هو نتاج تجارب

[1]- يوسف مصابحية، حسناء عطية، الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية بجامعة العربي التبسي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، 2019، ص 47.

المعاشة في الطفولة والمتميز بيئته العائلية العدوانية والمشاكل العاطفية المتعددة، هذه الوضعيات تقود الأفراد إلى تطوير أشكال من الشخصية المنحرفة والقابلة للتدرج في بيئات الاجتماعية مبنية اجتماعية، بمعنى لديهم صعوبات لقبول السلطة عليهم والعمل كفريق مع أشخاص آخرين.

وفي نفس الاتجاه يلخص **(GASSE)** أهمية الخصائص السوسيو _ سيوكولوجية في إنشاء المؤسسة المقاول النموذج يحمل حاجة قوية للإنجاز الشخصي، لديه الثقة بالنفس، يرغب في أن يكون مستقلا ويحب المخاطر المعتدلة، أنه ممتلئ بالطاقة والدافعية، لكن في الحقيقة مجموع هذه الخصائص حتى إذا اجتمعت لا توجد كلها وبدرجة مرتفعة لدى المقاول.

يضيف **(GASSE)** هذه الأبعاد للإنتاج لها تأثير مشترك فإن كل كائن بشري وهو كائن معقد في الشخصية وموحد، وينطء له ليس من الضروري للنجاح اكتساب كل هذه الخصائص ببيتي مرغوب فيه تشجيع ظهورها ونموها لدى المقاولين.

إن سلوك المقاول وهو كذلك نتاج لمؤشرات متعلقة للوسط الذي ينتمي إليه وبيئته الفعلية من خلال الفضاء والزمن وما كيلاند كغيره من الباحثين القاربين منه في التحليل لم يخرج من النطاق الاقتصادي للحاجة للإنجاز ولم يعر اهتمامًا إلى أن المقاول هو أيضًا نتاج للوسط والمجتمع الذي يتواجد فيه، فالواقع أن الحاجة للإنجاز لدى المقاول للمظهر من خلال القيم الموجهة من قبل الكل، لكن " **ما كيلاند**" استبعد الخصائص المتعددة الإبعاد عن النشاط المقاولاتي فما يخص فكرة المقاول النموذج فإن **(GARTNER)** يرى أن المقاول النموذج ما هو إلا أسطورة، واقترح مستوى نظري حول المقاولة يدمج العوامل والمتغيرات السيكولوجية والاجتماعية والاقتصادية ضمن نظرية سلوكية تفسر المسار المقاولاتي للمقاول.[1]

[1]– يوسف مصابحية، حسناء عطية، المرجع السابق، ص48.

3- المقاربة العلمياتية: هذه المقاربة أظهرت القيود المفروضة على المقاربة السابقة، واقترحت الاهتمام بماذا يفعل المقاول وليس شخصه، حيث تعدّد وتنوع المقاولين والمقاولات ومشاريعهم عبئ العديد من الباحثين

ولدراسة المسار المقاولاتي هذا الأخير يمكن تعريفه كما يلي: المسار المقاولاتي يتضمن جميع الوظائف والنشاطات والأفعال المتضمنة لإدراك الفرص وإنشاء المؤسسة التي من خلال هذا التعرف نلاحظ تصورين اثنين،الأول يتعلق بالظهور التنظيمي (إنشاء مؤسسة) والثاني متعلق بفرصة المقاولاتية (فرصة الأعمال) فالظهور المقاولاتي يتعلق بظهور (**GARTNER**) الذي يعتبر المقاولاتية ظاهرة تركز على إنشاء وتنظيم المؤسسات جديدة. كما أن النموذج التفاعلي المتبني.

- أما (**VENKATARMAN**) الذي يدافع عن فكرة فرصة الأعمال فهو يختلف عن وجهة النظر المتعلقة بظهور التنظيمي.

فإن معظم الدارسات تركز على العوامل البيئية والاجتماعية والخصائص الفردية لتفسير السلوك المقاولاتي، لأن التفاعل الديناميكي لهذه العناصر يساهم في تفعيل المسار المقاولاتي بظهور نشاط ابتكاري جديد من عدمه.

كتقييم لهذه المقاربة، فإنه حتى ولو كان طرحها حديثًا نسبيًا مقارنة بسابقتيها فلا يمكننا حصر الظاهرة المقاولاتية في المسار المقاولاتي ونتبع مرحله، ففي هذا الصدّد نستدل بنموذج السوسيولوجي الجديد من خلال رؤية الموسعة للمسار المقاولاتي والمركز على العوامل السوسيو اقتصادية والنفسية والثقافية ونظرته إلى المقاولة من خلال طابعها السوسيولوجي والذي يخضع للعوامل التاريخية والاجتماعية والهيكلية والثقافية لمجتمع معين عكس النظرية الاقتصادية الأحادية إذن دافع الربح مثلا لدى المقاول هو عبارة عن دافعية ثقافية خاصة ومؤسسة وليس عبارة عن ميل فطري للربح هذه وجهة نظر بديلة تعترف بالطابع المتعدد الأبعاد لظاهرة المقاولة وخلق المؤسسة وكذلك الاجتماعيون فالأبحاث في هذا الإطار

يمكن أن نقسمها إلى اتجاهين مختلفين، الأول يسمى الاتجاه الحتمي وفقا للإيديولوجية، الثقافة والهياكل الاجتماعية.

نجد من بين ممثلين أطروحة " **ماكس فيبر**" من الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية فأطروحته "**المقاول المسلم**"

أما الاتجاه الثاني فهو اتجاه للإرادي "**غاري تربيو**" وفقًا لقرار الفرد لاستقلال فرص الأعمال.[1]

عاشرا: النظريات المفسرة للصحافة الإلكترونية

1- نظريات الاستخدامات والإشباعات:

1-1- مفهوم النظرية: تعني النظرية باختصار تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كاملة واستجابة للدوافع والحاجات، ويتميز الجمهور في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات بالنشاط والإيجابية والقدرة على الاختيار الوعي والتفكير وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير والذي يعنى بما يفعله وسائل الإعلام بالجمهور إلى دراسة:

- ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة؟
- لماذا نستخدم وسائل الإعلام؟
- ما الحاجات الذاتية التي تدفعنا لاستخدام وسيلة إعلامية دون أخرى؟
- لماذا نختار نوعا معينا من المحتوى الإعلامي دون غيره؟
- ما درجة نجاح وسائل الإعلام في إشباع هذه الحاجات؟
- كيف ولماذا يستخدم النّاس وسائل الإعلام؟
- ما دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام؟
- ما الإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام لجمهورها؟

[1]- يوسف مصابحية وحسناء طيبة، المرجع السابق، ص ص 49-50.

لذا اتجه الباحثون لدراسة ما يفعله النّاس بوسائل الإعلام، بدلا من الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور، ولا يمكن من خلال أحد هذين الاتجاهين وحده فهم مكانة وسائل الإعلام في حياة النّاس، فهذه النظرية تسعى إلى التأكيد على أن وسائل الإعلام ليست هي التي تحدد للجمهور الرسائل الإعلامية التي يجب أن يتلقاها بل إن:

- الجمهور نفسه يقرر ويحدد وسائل الإعلام التي يتعرض لها.

- الجمهور يقرر طبيعية المضمون الذي يتعرض له داخل هذه الوسيلة.

تتأثر هذه القرارات بالاهتمامات الشخصية للفرد ورغباته وقيمه وعاداته في إشباع احتياجاته المختلفة التي تتمثل في: [1]

- **حاجات المعرفية:** وتشمل:

- حاجة الفرد للمعلومات.

- رغبة الفرد لفهم ومحاولة التحكم في بيئة العمل.

بالإضافة إلى إشباع الفضول ورغبة الاستكشاف.

-**حاجات وجدانية:** وتتمثل:

- حاجات التذوق الجمالي وإشباع الحاجات العاطفية والترفيهية.

- **حاجات شخصية:** تتمثل:

تتعلق بتقوية العلاقات الاجتماعية مع الآخرين وهذا يتضمن أفراد الأسرة والأصدقاء والمجتمع ككل.

• وتستمد هذه الحاجات من الرغبة للانتماء.

[1]- هاشم رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، قسم العلوم الاجتماعية، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، د – ب، د، س، ص ص 155، 156.

1-2- جوهر النظرية:

تعني نظرية الاستخدامات والإشباعات في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته الكامنة، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام، بل يملك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون ناشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم، وكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له.[1]

وكما يرى " **محمد عبد الحميد**" أن أحد المظاهر الأساسية لجمهور المتلقين أنه لا يعتبر مجرد متلقي يتعرض ويتأثر بعد ذلك بالرسالة لكنه طرف فعال ونشط في هذه العملية، لذلك فهو يقوم بدور بمجرد إشراكه فيها كمظهر للذات الاجتماعية، وطرف في هذه العملية يسهم في حركتها واستمرارها، ومن هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور فيما يتعلق بعناصر العملية كلها والدور النقدي الذي يؤثر في استمرار عملية التعرض، أو الانسحاب منها بناءا على الممارسة التي يقوم بها العضو كطرف في النظرية الإعلامية.

فمن خلال تأثير الحاجات والدوافع والأطر المرجعية يبدأ الفرد بصفته قارئا أو مشاهدا أو مستمعا في تقويم ما يحصل عليه من معلومات وتقويم مصدر هذه المعلومات حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته من التعرض متأثرة في ذلك بالعوامل الوسيطة في عملية التعرض.[2]

1-3- فروض النظرية:

بعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسية للنظرية عند الباحثين الذين قاموا بمحاولة وضع الأسس العلمية والفرضيات التي تنطلق منها النظرية وشكلت هذه الأسس والعناصر.

---

[1]- هاشم رشدي خير الله، نفس المرجع السابق، ص156.

[2]- المرجع نفسه، ص157.

وإن نظرية الاستخدامات والإشباعات قامت افتراض الجمهور النشط على العكس من نظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة، فأضافت النظرية بذلك صفة الإيجابية على الجمهور على الجمهور، فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيا بل ينظر إليه على أنه ينتقى بوعي ما يرغب في التعرض له من خلال الوسائل والمضامين التي تلبي حاجاته النفسية والاجتماعية.[1]

لذا يرى **إليهو كاتز (Elihu Katz)** وزملاؤه إن هذا المنظور قائم على مجموعة فروض وهي كالآتي:

– إن جمهور وسائل الإعلام يسعى إلى إشباع حاجة معينة من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية.

– إن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسؤول عن اختيار الرسالة من وسائل الإعلام التي تحقق حاجاته ورغباته فهو يعرف أن هذه الحاجات والرغبات، ويحاول إشباعها من خلال استخدام الوسائل الإعلامية المتعددة.

– إن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجماهير.[2]

1-4- عناصر النظرية (نظرية الاستخدامات والإشباعات):

من خلال العرض السابق لنشأة المدخل وأهميته والفروض التي يقول عليها والأهداف العملية إلى تحقيقها تبرز أمامنا مجموعة من العناصر تشكل أهم والأسس التي تقوم عليها هذه النظرية والتي يمكننا عرضها في النقاط التالية:

– افتراض الجمهور النشط.

– الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام.

[1]– هاشم رشدي خير الله، المرجع السابق، ص157.

[2]– المرجع نفسه، ص ص158، 159.

- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.

- التوقعات من وسائل الإعلام.

- التعرض لوسائل الإعلام.

- إشباعات وسائل الإعلام.

- وتتسم هذه العناصر بالتداخل الشديد الذي يصعب معه الفصل بينهما في الواقع العلمي حتى يمكن شرح هذه العناصر وبيان دور كل منها على حدة وفيما يلي شرح مفصل لهذه العناصر:

- **افتراض الجمهور النشط (Active Audience):** تفترض بعض نظريات التأثير سلبية المتلقي أمام قوة الرسائل الإعلامية، وتأثيرها القوي ويعد مفهوم " **الجمهور النشط** " من أهم المفاهيم في دراسات الاستخدام والإشباع فقد برز مفهوم الاستخدام والإشباع وبصفته أحد النماذج النظرية البديلة والذي ينظر إلى أفراد الجمهور على اعتبار أنهم أعضاء ومشاركون إيجابيون نشطون وفاعلون في الاتصال ويفترض أن لدى أولئك الأفراد العديد من الحاجات والدوافع المختلفة والمتنوعة والتي يسعون بنشاط وفاعلية لإشباعها من خلال الاختيار من بين الوسائل المختلفة والانتقاء من بين الرسائل المتعددة بطرق وأساليب واعية، وهادفة، ومقصودة.[1]

ويعزى افتراض الجمهور النشط إلى اهتمام الباحثين بدراسة أسباب استخدام الأفراد لوسائل الأعلام، وسلوكهم اتجاه هذه الظاهرة فالجمهور في نظرية الاستخدام والإشباع هو العنصر الأساس الذي ظهر أثناء مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد ويتعرض له ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم المحتوى لذا يفترض هذا المدخل إن إشباع الحاجة التي أملأها الدافع يتم من خلا وسيلة اتصالية معينة يختارها الفرد، لا من خلال التعرض لأي وسيلة اتصالية، إلا أن " **بلومير**" **(1979)** أشار إلى أن هناك

[1]- هاشم رشدي خير الله، المرجع السابق، ص ص 158.

كم هائل من المعاني تطلق على مصطلح النشاط أو الفاعلية لدى الجمهور **(Activity)** حيث حمل هذا المصطلح العديد من المعاني: منها ما يلي:

- **النفعية (Ucilicy)**: بمعنى إن وسائل الإعلام تحمل استخدامات للأفراد بينما يقوم هؤلاء الأفراد باستخدام وسائل الإعلام وفق للاستخدامات التي تحملها.[1]

- العمدية **(In cemationaljty)**: بمعنى إن استهلاك الأفراد لمضمون معين في وسائل الإعلام يكون موجها بدوافع مسبقة متوافرة لدي الجمهور.

- **للانتقائية (Selectinity)**: بمعنى إن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام قد يعكس اهتمامات وتفضيلات قائمة لدى الجمهور وترتبط الانتقائية أيضا في حالة نشاط الجمهور بإمكانية حدوثها على المستوى الإدراكي فينما يتم استهلاك محتوى الوسيلة فإن المستهلك ربما يعطي المزيد من الانتباه لبعض أجزاء من المحتوى عن أجزاء أخرى بشكل انتقائي.

- **مناعة التأثير(Lmpreviousneioinfluence)**: بمعنى أن أفراد الجمهور يتميزون بالعناء ولا يرغبون في أن يقعوا تحت سيطرة أحد أو أي شيء بما في ذلك وسائل الإعلام وبالتالي يتميزون بالنشاط لتجنب أنواع معينة من تأثيرات وسائل الإعلام.

- **الاستغراق**: والاستغراق يمكن أن يحدث على مستويات عديدة مختلفة إدراكية، شعورية، وسلوكية في المسعى الإدراكي ربما يكون مستثمرا في إتباع مادة من المضمون وعلى المستوى الشعوري ربما يعتمد على القدر الذي يتطابق فيه مستهلك الوسيلة مع خصائصها ويتفاعل شعوريا مع تلك الخصائص وعلى المستوى السلوكي ربما يظهر في التفاعل شبه اجتماعي. [2]

[1]- هاشم رشدي خير الله، المرجع السابق، ص ص 159.

[2]- المرجع نفسه، ص 160.

1-5- الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات والرد عليها:

حظي مدخل الاستخدامات والإشباعات بالعديد من أوجه النقد والتي تصدى لها في نفس الوقت العديد من الباحثين من مؤيديه وقد تمثلت أوجه النقد الآتي:

- يستخدم هذا المدخل مصطلحات غامضة يصعب قياسها مثل الدوافع والحاجات مع التشكيك في أن الأفراد لا يجيبون على أسئلة الاستقصاء الخاصة بقياس دوافعهم الحقيقية ولكن على نحو روتيني دون تحكيم للفكر والعقل، حيث أن الكثير من الأفراد عندما يشعرون أنهم موضع دراسة فإنهم يعطون إجابات لا تعبر عن سلوكهم الواقعي.

وقد دافع مؤيدو المدخل عن هذا النقد المنهجي بان الباحثين استطاعوا وضع قائمة من الحاجات والإشباعات يختار منها الجمهور عندما نقدم إليهم وهو ما يعني تجاوز الشكوك المتعلقة بعدم قدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم وإشباعتهم بدقة، فضلا عن أن المشكلة قياس السلوكيات والحاجات[1] والدوافع هي مشكلة منهجية تلازم جميع منتهج البحوث الاجتماعية وليس حكرا على هذا المدخل فقط، ويمكن التغلب علها من خلال تحقيق متطلبات الصدق والثبات في هذا المنهج.

- تأكيد المدخل على فكرة الجمهور النشط في حين أن العديد من الدراسات أثبتت أن كثيرا ما يتم التعرض للمحتويات الإعلامية بدرجة قليلة من الاختيارية بل وبشكل عادي.

- بينما دافع مؤيدو المدخل على أن هذا النقد بأنه تم التغلب على غموض مفهوم الجمهور النشط من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاثة مراحل تمثلت في الانتقاء قبل العرض، الاهتمام وزيادة المعرفة أثناء التعرض والتذكر بعد التعرض.

- تنظر البحوث التي تستند إلى هذا المدخل إلى وسائل الاتصال من منظور فوري يستخدم الوسائل والوسائل الإعلامية.

[1]- هاشم رشدي خير الله، المرجع السابق، ص ص 179،180.

– في حين يرى مؤيدو المدخل أن الباحثين الذين استعانوا بهذا المدخل لم يستعينوا بالمدخل الفردي فقط، لأن العبارات الخاصة بوظائف الوسائل الإعلامية على المستوى الفردي، يمكن أن توجد عبارات موازية لها على المستوى الجمعي أو المجتمع ككل.

– يرى النقاد أن هذا المدخل لا يرتقي إلى كونه نظرية مستقلة بذاتها وأنه مجرد تجميع لأجزاء من نظريات التأثير الانتقائي بل وأنه لا يمكن النظر إليه باعتباره منهجا متكاملا.

– وقد دافع مؤيدو هذه النظرية بقولهم أن النظريات الإعلامية نظريات متكاملة وبنائية أي أن النظريات الإعلامية تكمل بعضها البعض.

– تأكيد المدخل على أن فكرة القصد والعمدية في اختيار وسائل الإعلام ومضامينها من أجل التعرض إليها، في حين أن هناك العديد من العوامل التي تحد من قدرة الفرد على هذا الاختيار مثل العوامل الاقتصادية والاجتماعية فضلا عن مدى إتاحة وسيلة دون غيرها فمثلا بعض الأماكن قد لا تصلها المجلات الثقافية فيستعيض الفرد عنها بمشاهدة أو الاستماع إلى البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون. [1]

تجدر الإشارة إلى أن النظرية الاستخدامات والإشباعات تعتبر أنسب نظرية لموضوعينا نظرا لكونه يرتبط بأحد المتغيرات الهامة على الساحة الإعلامية والتنظيمية. ناهيك عن اعتبراها مجالا هاما يعبر من خلاله على الهدف من استخدام وسائل الإعلام والاتصال وخاصة الصحافة الإلكترونية التي أصبحت توجها لا يمكن الاستغناء عنه في الوقت الحالي.

[1]– هاشم رشدي خير الله، المرجع السابق، ص ص 179، 180.

خلاصة الفصل:

في هذا الفصل تم الإلمام بمختلف المفاهيم المتعلقة بالمقاولاتية والروح والفكر المقاولاتي وتطرق حول المقاول الذي يعتبر منشئ المؤسسة الصغيرة وصاحب الفكر التي ستقوم عليها، وتبيان أهم النماذج المفسرة لتوجه المقاولاتي ويعتبر الفكر المقاولاتي مجال واسع للابتكار والإبداع، حيث يشجع الفرد على تفكير خارج الصندوق وتطوير أفكار جديدة وكما يساهم في خلق فرص عمل جديدة حيث يمكن للمشاريع الناشئة أن توفر وظائف وتدعم الاقتصاد المحلي خاصة ما يستهدف فئات الشباب من أجل دعم ومرافقة مشاريعهم والوصول بها إلى بر الأمان.

الفصل الرابع: الإطار المنهجي

تمهيد

1- المنهج الوصفي

2-أدوات جمع البيانات: (الملاحظة والاستمارة)

3-خطوات سحب عينة الدراسة

4-تحديد مجالات البحث

5-عرض البيانات وتحليلها

النتائج العامة للبحث

الفصل الرابع: الإطار المنهجي

تمهيد:

من شروط البحث العلمي الإلمام بجميع المعلومات المتصلة لموضوع البحث، والإطلاع على المصادر والدراسات السابقة، ويتم ذلك من خلال استعمال مجموعة من الأدوات البحثية مجموعة من الأدوات البحثية مجموعة من الأدوات البحثية إذ لكل نوع من الأبحاث أو الدراسات العلمية أدوات مناسبة لها والتي تتمثل في الاستمارة أو المقابلات وغيرها، ولعل الاستمارة من أكثر أدوات جمع البيانات والتي يتم تصميمها ووضع أسئلتها وفق عدة خطوات، وهي التي تتميز بمزايا كثيرة تجعل منها أداة أهم من الأدوات الأخرى في جمع البيانات لكنها لا تخلو من عيوب تجعلها غير صالحة في بعض الحالات.

وسنحاول تسليط الضوء على أداة الاستمارة. فما هي الاستمارة؟ وما أنواعها، وفيما تتجلى عيوبها ومميزاتها وأهميتها؟

1- المنهج الوصفي:

الوصف لغة وأدبًا هو نقل صورة العالم الخارجي أو العالم الداخلي من خلال الألفاظ والعبارات والتشابه والاستمارات التي تقوم مقام الألوان لدى الرسام والنغم لدى الموسيقى، أما الوصف علميًا فيذكر خصائص ما هو كائن ويفسره ويحدّد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، وعليه فالوصف رصد حال أي شيء.

من بين التعاريف التي قدمت **للمنهج الوصفي:** بأنه طريقة من الطرق التحليل والتفسير بشكل علمي، للوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية معينة. بمعنى هو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع المعلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفيها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.

وعرف **المنهج الوصفي** كذلك بأنه طريقة علمية منظمة لوصف الظاهرة عن طريق جمع وتصنيف وترتيب وعرض وتحليل وتركيب المعطيات النظرية والبيانات الميدانية بغية الوصول إلى نتائج علمية توظف في السياسات الاجتماعية، بهدف إصلاح مختلف الأوضاع المجتمعية.

وعرف أيضًا: طريقة التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية أو سكان معين.

ويساعد في التنبؤ العلمي بأبعاد ومستقبل الحادثة أو الظاهرة القانونية التحكم فيها وتجنب عواقبها.

ويعد المنهج الأكثر استعمالاً وشيوعًا في مختلف أبحاث القانون.[1]

عيوبه:

رغم مزايا **المنهج الوصفي** والدراسات الوصفية ككل غير أنه لم يسلم من الانتقادات أو العيوب ومنها:

- يعتمد الباحث على بيانات ومعلومات خاطئة أو غير مؤكدة من مصادر غير موثوقة.

[1]- لامية مجدوب، مناهج البحث العلمي، محاضرات ألقيت على طلبة السنة الأولى جذع مشترك في مقياس المنهجية، 2021/2020، ص ص 8، 9.

– قد يضف الباحث نوع من الذاتية في جمعه للمعلومات بحيث يتغير إلى مصادر معينة تزويده بما يرغب من معلومات وبتالي يبتعد عن الموضوعية.

– غالبًا ما يتم جمع المعلومات في الدراسات الوصفية من عدة أفراد، لذلك فإن عملية جمع المعلومات تتأثر بتعدّد الأشخاص الذين يجمعونها وبطريقهم وأساليبهم المختلفة.

– يتم إثبات الفروض (الفرضيات) في البحوث الوصفية عن طريق الملاحظة وهذا ما يقلل من قدرة الباحث على اتخاذ القرار الصحيح حول الفرضية الأرجح.

– إن قدرة البحوث والدراسات الوصفية على التنبؤ العلمي خاصة في مجال العلوم القانونية تبقى محدودة وذلك لصعوبة وتعقيد الظاهرة السلوكية وسرعة تغيرها في الزمان والمكان.

– كل هذه الانتقادات لم تنقص من قيمة المنهج الوصفي في مجال العلوم القانونية والإدارية غير أنه لا يكفي لوحده لتغطية كل الدراسات القانونية بمختلف أنواعها ومجالاتها. [1]

ولقد تم استخدامنا للمنهج الوصفي نظرًا لكون دراستنا تنتمي إلى الدراسات الوصفية، إضافة إلى أن هذا المنهج هو الأنسب للموضوع، كما أنه سمح لنا برسم الإستراتيجية المنهجية للدراسة القائمة أساسا على العمل بين الجانب النظري والميداني، مما سمح لنا بجمع أكبر قدر ممكن من البيانات والمعلومات.

2– أدوات جمع البيانات: (الملاحظة والاستمارة)

تعتبر خطوة البيانات والمعلومات من أهم خطوات البحث العلمي لأن نجاح البحث يعتمد على حدّ كبير مدى نجاح الباحث في وصوله للمعلومات المطلوبة وإثبات مدى صحتها ودقتها لذلك تم استعانة بعدة أدوات في جمع المعلومات تتناسب مع الدراسة والمتمثلة في:

– **الاستمارة:** الاستمارة أو الاستبيان هي وسيلة لجمع البيانات من أوسع الطرق انتشارًا فهي مجموعة من الأسئلة ترسل بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى المبحوثين لاستفتائهم حول موضوع معين.

[1]– لامية مجدوب، مناهج البحث العلمي، المرجع السابق، ص ص 8–9.

يعرف "**ديوبولبدب**" الاستمارة أو الاستفتاء بقوله" أداة يستخدموها المشتغلين في البحوث التربوية على نطاق واسع للحصول على حقائق وأساليب القائمة بالفعل وإجراء البحوث التي تتعلق بالاتجاهات والآراء وقد يكون الاستفتاء في بعض الدراسات أو جوانب معينة منها الوسيلة العلمية الوحيدة المسيرة لتعرض المستفيدين لمثيرات مختارة ومرتبة بعناية قصد جمع البيانات اللازمة لإثبات صدق فرض أو رفضه."

وتستعمل الاستمارة كثيرًا وهذا راجع لأنها توفر وقت في الحصول على معلومات من خلالها يتم التعرف على المبحوث ومدى صدقهم في الإجابة وتتسم بالترتيب والوضوح لتسهيل على الباحث الإجابة بكل صراحة.

حيث تم الاعتماد على الاستمارة كأداة لجمع البيانات بعد تحكيمها.

– من خلال الاستمارة التي أجرينها مع طلبة كلية الشاذلي بن جديد نستخلص أن دور المقاولاتية يتجسد في تحسيس والتوعية والمراقبة في نشر الوعي المقاولاتي وتمكنهم من دخول إلى عالم الأعمال من خلال ما تقدمه من نشر وترسيخ الوعي المقاولاتي لدى الطلبة جامعيين.

– **الملاحظة:** وسيلة قديمة لجمع المعلومات تتميز الملاحظة العلمية بأنها تسعى إلى تحقيق هدف علمي وبأنها تحدث عن قصد وبصورة منظمة، وبأن نتائجها تسجل بانتظام وفي ترابط وتناسق هادفين وكذلك لابد أن تخضع الملاحظة للضوابط العلمية من حيث ثباتها وصدقها ودقتها.[1]

– **العينة:** هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.

والعينة التي تمثل المجتمع هي تلك العينة التي تتوزع فيها خصائص المجتمع بالنسب نفسها الواردة في المجتمع، وكلما كان التمثيل ناجحًا كلما كانت النتائج أقرب للدقة والموضوعية والتعميم وإن اختلاف

[1]– يوسف مصابحية، المرجع السابق، ص20.

هذه النسب يعني أن الباحث وقع في خطأ عند اختياره للعينة وهو الخطأ العيني والذي يدل على مدى الاختلاف في نسبة توزيع السمات والخصائص نفسها في العينة المختارة، وتعد طريقة التوزيع الطبيعي للعينة والمجتمع الأصلي من الطرق المناسبة لمعرفة مدى تمثيل العينة، فقد يلجأ الباحث إلى اختيار العينة من المتطوعين أو اختيار عينة يشعر بسهولة الوصول إليها عينة متسيرة، وربما يختار عينة صغيرة الحجم لتقليل التكاليف وهو بذلك يحصل على نتائج غير قابلة للتعميم خارج حدود تلك العينة.

ولقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية وتعرف بأنها يقوم الباحث باختيارها على أساس يتماشى مع هدف دراسته، كأن يختار الباحث عينة محاميين أو معلمين أو عينة طلاب أو سائقين.

وصف خصائص العينة، هم مجموعة من الأشخاص يتم اختيارهم من طرق الباحث بهدف الوصول إلى نتائج دراسته من طلبة جامعة شاذلي بن جديد بولاية الطارف ولكثرة عددهم اقتصرت الدراسة على طلبة الاتصال أولى ماستر وثانية ماستر وعددهم **(20 طالب)** أولى ماستر و **(15 طالب)** ثانية ماستر اتصال عددهم كلهم **(35 طالب)**.

3- خطوات سحب عينة الدراسة:

- تحديد مجتمع الدراسة.
- تحديد نوع العينة
- حصر عدد أفراد مجتمع الدراسة.
- تحديد حجم العينة.
- تقرير كيفية سحب العينة.

ولقد تم الاعتماد على عينة القصدية لعدة مبررات منهجية منها الأنسب للموضوع، إضافة إلى أنها تساهم في جمع أكبر قدر ممكن من البيانات والمعلومات ، ناهيك عن ربح الوقت.

4- تحديد مجالات البحث:

المجال الزماني: قد تمت الدراسة من 25 نوفمبر إلى 25 مارس 2025

المجال المكاني: لقد تم إجراء هذه المذكرة في جامعة الشاذلي بن جديد ولاية الطارف وبالضبط بكلية العلوم الاجتماعية والتي تعتبر من أهم الكليات في هذه الجامعة.

موقع جامعة الشاذلي بن جديد:

جامعة الشاذلي بن جديد هي جامعة جزائرية تقع تحديدا بولاية الطارف تأسست سنة **(1992)**، يقع المقر الرئيسي للجامعة في بلدية الطارف عاصمة مقاطعة الطارف.

التعريف بجامعة الشاذلي بن جديد:

هي جامعة بولاية الطارف الجزائرية، تأسست عام **(1992)**، يقع المقر الرئيسي للجامعة في بلدية الطارف عاصمة مقاطعة الطارف، الجامعة معترف بها رسميا من قبل وزارة التربية الوطنية الجزائرية وتضم ست كليات منها الحقوق والاقتصاد وغيرها.

التعريف بالجامعة:

الجامعة تعتبر الجامعة بدول النامية بمثابة القلب والمحرك الرئيسي لتنمية المجتمع وهي مصنع العقول والمخبر الذي يكون إطارات الأمة وتتميز الجامعة عن باقي مؤسسات التعليم العالي بالمدى الواسع لمقرراتها الدراسة وتعدد تخصصاتها.

هي مؤسسات التعليم العالي والأبحاث، تعطي شهادات وإنجازات أكاديمية لخريجيها، وفيها يجتمع الأفراد لطلب العلم.

كما تعتبر الجامعة هي فضاء يجمع طائفة من الباحثين لهم الحرية الكاملة لمباشرة البحث العلمي في أي مجال معرفي كان.

وتتكون كلية من عدد مصالح منها: رئيس قسم علم الاجتماع ومكتبة الكلية ومصلحة منصة الأمانات العامة للكلية ونائب العميد المكلف بما بعد التخرج والبحث العلمي والعلاقات الخارجية ونائب العميد المكلف بالدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة.[1]

أهداف الجامعة:

- تشجيع الإبداع العلمي وتثمين نتائجه.
- تطبيق ضمان الجودة في التعليم العالي.
- خلق علاقات تعاون وتبادل علمي مع مختلف الجامعات وهيئات البحث العلمي.
- تكريس الشراكة مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية.
- تفعيل البحث العلمي بشكل يستجيب لمتطلبات التنمية المحلية والوطنية.
- تلبية احتياجات التكوين وفقا لمتطلبات سوق العمل والتنمية محليا ووطنيا.
- تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في تسيير الجامعة بشكل يزيد من كفاءة وفعالية العمل الإداري (الرفع من كفاءة وفعالية أداء العمل الإداري في الجامعة).
- المتابعة الحديثة للمستجدات في مجال العلم والتكنولوجيا.
- تشجيع الإنتاج العلمي.
- هي ساحة لتعبئة الطاقة المكونة والمحركة لوعي المتعلم، وعيا بالنفس، وواعيا بهموم الحاضر وتحسبا لاحتمالات المستقبل وتغيراته.
- القضاء على الجهل والأمية.
- التعليم والتكوين. [2]

[1]- دليلة راجدلي، دور الجامعة في ترسيخ ثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر، دراسة ميدانية بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2022/2021، ص35.

[2]- المرجع نفسه، ص ص 36-37.

5- عرض البيانات وتحليلها:

المحور الأول: البيانات الشخصية

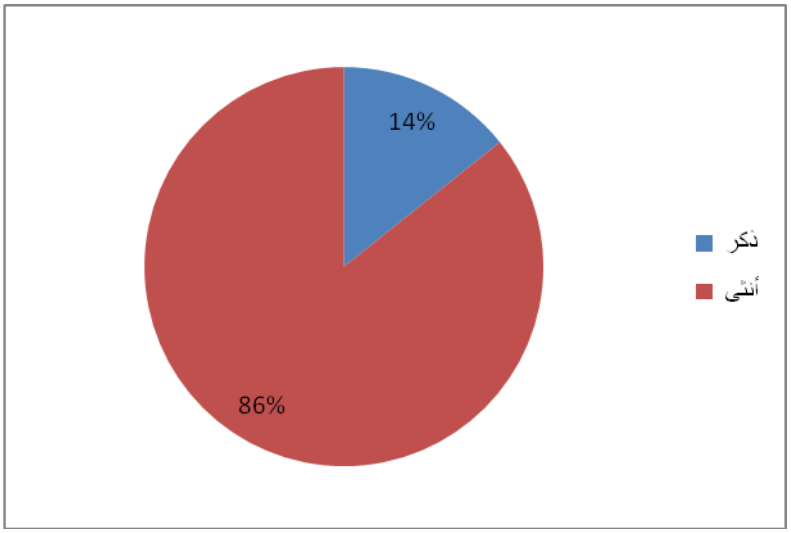
الجدول رقم(01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية %
ذكر	05	%14,28
أنثى	30	%85,71
المجموع	35	**%100**

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه بأن الفئة المستهدفة من الدراسة قد طغى عليها جنس الإناث حيث قدرت بنسبة **(85,71%)** من أفراد العينة في حين نسبة الذكور قدرت بنسبة **(14,28%)** وربما هذا راجع إلى ارتفاع عدد الإناث بالمحيط الخارجي.

تجدر الإشارة إلى أن ارتفاع نسبة الإناث مقارنة بالذكور هي في الحقيقة انعكاس لطبيعة مجتمع الجزائر الذي يتغلب فيه عدد الإناث أكثر من الذكور وهو ما تؤكده الإحصائيات الديموغرافية الخاصة بالسكان.

الشكل رقم(01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

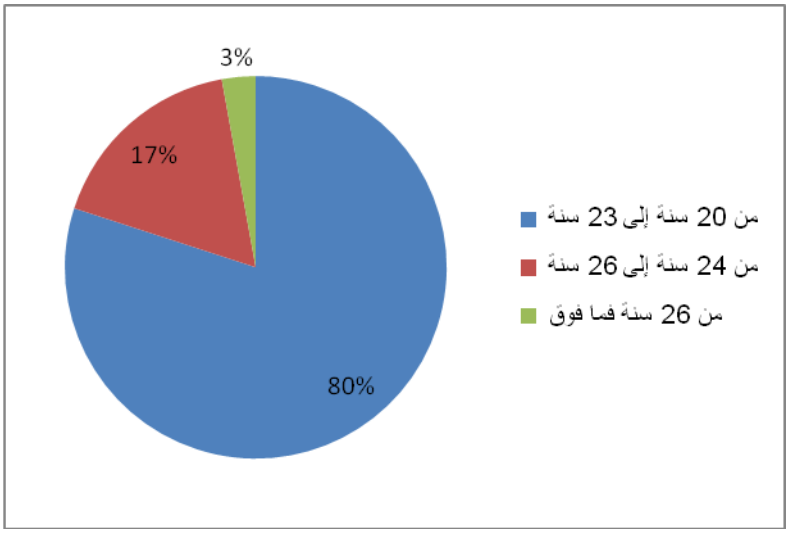


الجدول رقم(02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن (عمر).

العمر (السن)	التكرار	النسبة المئوية %
من 20 سنة إلى 23 سنة	28	%80
من 24 سنة إلى 26 سنة	6	%17,14
من 26 سنة فما فوق	01	% 1
المجموع	35	%100

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن الفئة المنحصرة بين **20** سنة إلى **23** سنة هي الفئة العالية في الدراسة بسبة **(80%)** من العينة وتليها الفئة المحصورة بين **24** سنة إلى **26** سنة وذبك بنسبة **(17,14%)** وتليها الفئة الأخيرة من **26** سنة فما فوق وهي فئة قليلة بالنسبة للفئات المحدودة بين **20** سنة و **23** سنة إلى كونها الفئة الأكثر تواجد في الجامعة على عكس الفئات الأخرى ممن لديهم انشغالات أخرى.

الشكل رقم(02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن (عمر)

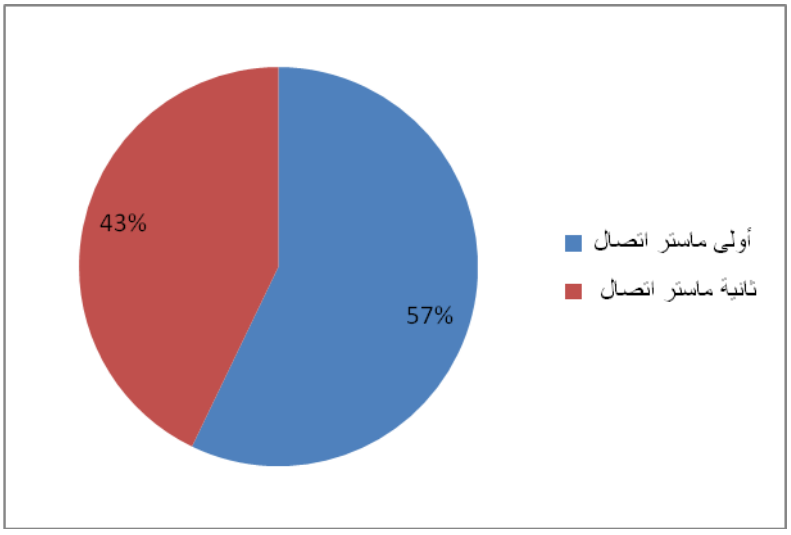


الجدول رقم(03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

المستوى	التكرار	النسبة المئوية %
أولى ماستر اتصال	20	%57,14
ثانية ماستر اتصال	15	%42,85
المجموع	35	%100

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن طلبة أولى ماستر اتصال أكثر استهدافًا في هذه الدراسة وذلك بنسبة **(57,14%)** لتليها فئة طلبة الثانية ماستر اتصال بنسبة **(42,85%)** وهي أقل فئة في الدراسة وهذا ربما يعود إلى الرقي العلمي الذي تشهده الجامعة في التكوين.

الشكل رقم(03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



الجدول رقم(04): توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة المنية.

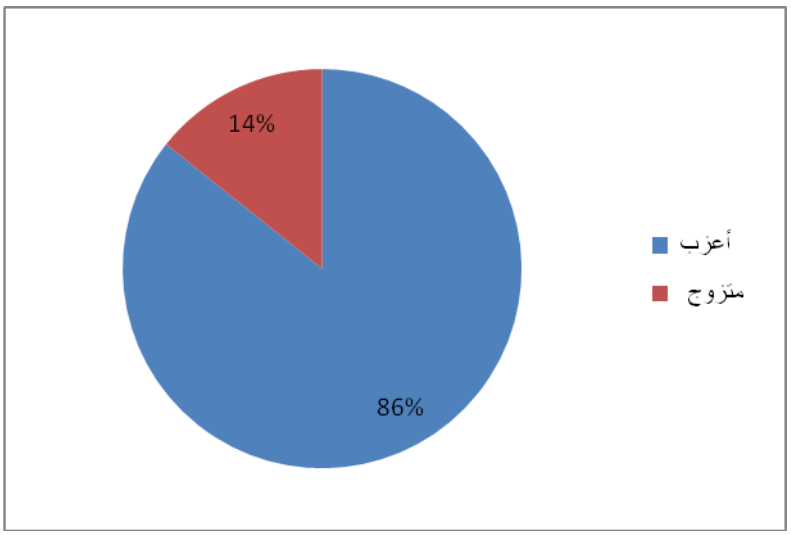
الحالة العائلية	التكرار	النسبة المئوية %
أعزب	30	%85,71
متزوج	05	%14,28
المجموع	35	%100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل الحالة العائلية لعينة الدراسة أن فئة العزاب قد غلبت في عينة الدراسة حيث قدرت بنسبة **(85,71%)** وتليها فئة المتزوجين والتي قدرت بنسبة

(14,28%) في حين يفسر ارتفاع نسبة العزاب بـ أن غالبية رواد الجامعة طلبة في سن مبكر عن الزواج.

غالبا ما يرتبط هذا العامل بمجموعة من المتغيرات الأخرى، مثل الرغبة في إكمال الدراسة من أجل الحصول على وظيفة أو عمل، إضافة إلى الخوف من المجهول، وكلها عوامل نفسية لا تشجع على تأسيس أسرة أثناء الدراسة.

الشكل رقم(04): توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة المنية



الجدول رقم(05): يوضح مستوى الدخل العائلي.

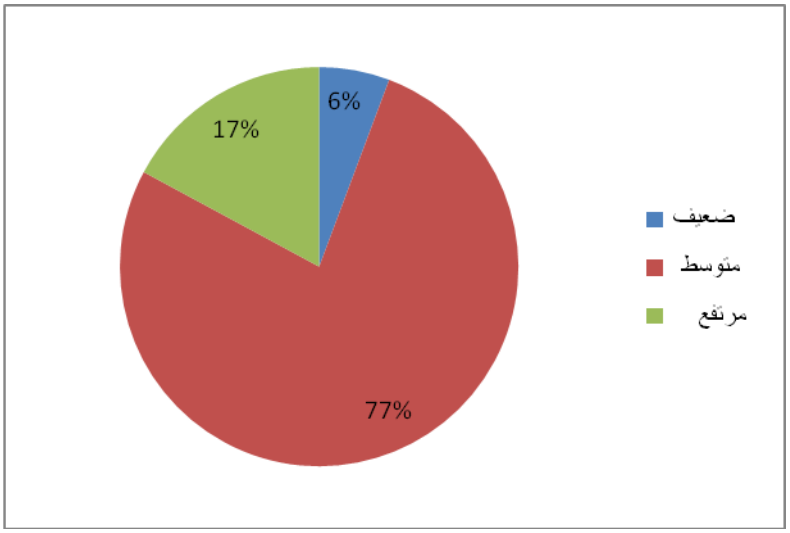
مستوى الدخل العائلي	التكرار	النسبة المئوية %
ضعيف	02	%5,71
متوسط	27	%77,14
مرتفع	06	% 17,14
المجموع	35	%100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يتمثل في مستوى الدخل العائلي حيث نرى بأنه غلبت فئة دخل متوسط بنسبة **(77,14%)** وتليها فئة مستوى الدخل المرتفع بنسبة **(17,14%)**.

وتليها فئة مستوى الضعيف حيث قدرت بالنسبة **(5,71%)** وهذا راجع إلى عدم توفير مناصب عمل تؤدي إلى قلة اليد العاملة.

تجدر الإشارة إلى أن أكثر طبقة أو فئة مميزة للمجتمع الجزائر على الطبقة المتوسطة، التي تعتمد في الدخل على مصدر واحد، وهو عامل اقتصادي يؤثر في مختلف المتغيرات المادية والثقافية التي تقوم عليها العلاقات الأسرية.

الشكل رقم(05): يوضح مستوى الدخل العائلي



المحور الثاني: مساهمة الصحافة الإلكترونية في تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطالب الجامعي.

الجدول رقم(06): جدول يوضح مدى متابعة الطالب للصحافة الإلكترونية بانتظام.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	09	%25,71
لا	09	%25,71
أحيانًا	17	% 48,57
المجموع	35	%100

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يبين مدى متابعة الطالب الجامعي للصحافة الإلكترونية بصفة منتظمة فنجد فئة كبيرة من أفراد العينة بنسبة **(48,57 ≈ 49 %)** يستخدمونها أحيانًا، وتليها فئة

بنسبة **(25%)** يستخدمونها بشكل غير منتظم، مما سبق نجد أن أعلى نسبة التي تتابع الصحف الإلكترونية كانت غير منتظمة، وهذا عائدًا إلى انشغالاتهم الأخرى مما يجعلهم لا يتابعونها بانتظام بالرغم من أهميتها الكبيرة في نشر المعلومات الخاصة بمواقع سوق الشغل وغيرها.

الجدول رقم (07): جدول يوضح مساهمة الصحافة الإلكترونية في توفير معلومات حول المقاولاتية

الصحافة الإلكترونية ودورها في توفير معلومات حول المقاولاتية	التكرار	النسبة المئوية %
عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي	35	%100
عن طريق الصحف	00	%00
المجموع	35	**%100**

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل مساهمة الصحافة الإلكترونية في توفير معلومات حول المقاولاتية حيث أن نلاحظ بأن فئة التي يستخدمون الصحافة من أجل توفير معلومات للمقاولاتية عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة **(100%)** حث أنها غلبت على الفئة التي يتبعونها عن طريق الصحف.

تجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن كل المبحوثين يعتمدون في الحصول على المعلومات الخاصة بالمقاولاتية من وسائل التواصل الاجتماعي وهذا نظرًا لتوفرها وسهولة استخدامها، ناهيك عن سرعة انتشار المعلومات فيها.

الجدول رقم(08): يوضح دور الصحافة الإلكترونية في نجاح قصص رواد الأعمال.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	31	%88,57
لا	04	%11,42
المجموع	35	**%100**

يتضح لنا من خلال الجدول المبين أعلاه والذي يوضح لنا دور الصحافة الإلكترونية في نجاح قصص رواد الأعمال، فنجد فئة كبيرة من أفراد العينة بنسبة **(88,57%)** يرون بأنها تساهم في نجاحهم فكانت إجاباتهم بنعم وهذا راجع زيادة الوعي بالعلامة التجارية ومحاولة التواصل مع الجمهور وتليها الفئة الثانية وكانت إجاباتهم بلا حيث وصلت بنسبة **(11,42%)** وهذا راجع إلى عدم إطلاعهم على هذه القصص وعدم تمكنهم من التسويق (عملاء).

والحقيقية أن استعراض رواد الأعمال لقصص نجاحهم عبر الصحافة الإلكترونية يعتبر حافزا حقيقيا للطلبة في زيادة الوعي المقاولاتي، حيث أن تجارب الآخرين تذكر بصعوبات واخفقات ومن ثم نجاحات.

الجدول رقم(09): جدول يوضح الاتجاهات المتعددة للصحافة الإلكترونية وتطوير أفكار مقاولاتية.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	33	%94,28
لا	02	%5,71
المجموع	35	**%100**

من خلال الجدول أعلاه والمبين أن الصحافة الإلكترونية تعمل على تطوير بعض الأفكار المتعلقة بالمقاولاتية حيث نجد جزء كبير من العينة بنسبة **(94,28%)** أجابوا بنعم أي تقدم الصحافة الإلكترونية محتوى تعليمي وتثقيفي يساعد رواد الأعمال على تطوير من مهاراتهم، وتليه عينة من الطلبة بالنسبة **(5,71%)** ممن أجابوا بـ لا ويتبين لنا بأن الصحافة الإلكترونية ليست محور اهتماماتهم.

وفي هذا السياق، تؤكد العديد من الدراسات النفسية بأن تعدد الاتجاهات والآراء، يساهم في عرض التجارب المتعددة للمقبلين على تبني مشاريع المقاولاتية ومن ثما زيادة الوعي المقاولاتي لدى الشباب.

الجدول رقم(10): جدول يوضح مساهمة الصحافة الإلكترونية في تعزيز الفكر المقاولاتي بالنسبة لطالب الجامعي.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	22	%62,85
لا	01	%2,85
أحيانًا	12	% 34,28
المجموع	35	%100

من خلال الجدول أعلاه والمبين مساهمة الصحافة الإلكترونية في تعزيز الفكر المقاولاتي بالنسبة لطالب الجامعي نجد جزء كبير من العينة بنسبة **(62,85%)** أجابوا بنعم لأنها الصحافة الإلكترونية تعمل على نشر المعلومات المتعلقة بعالم المقاولات من خلال تقارير.

وتليها عينة من الطلبة بنسبة **(34,28%)** مما أجابوا بأحيانًا من خلال تبادل الخبرات والتفاعل فيما بينها. في حين فئة قليلة بالنسبة **(2,85%)** أجابوا بلا.

والحقيقة أن زيادة الوعي المقاولاتي لدى الطالب الجامعي، يرتبط ارتباطا وثيقا بالمتغيرات الإعلامية، وكذلك بمضامين الصحافة الإلكترونية. لذلك نجد أغلب المقبلين على ريادة الأعمال، يعتنقون أفكار وتجارب الآخرين ببصمتهم الخاصة.

الجدول رقم(11): جدول يوضح تأثير للصحف الإلكترونية في المقاولاتية.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
إيجاب	29	%82,85
سلب	06	%17,14
المجموع	35	%100

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه لتأثير الصحف الإلكترونية على المقاولاتية بأن فئة كبيرة من عينة الطلبة بنسبة **(82,85%)** يروا أنها أثرت بالإيجاب في عدة جوانب من خلال نشر الوعي مما يساعد الطلاب على فهم السوق واحتياجاته.

وتليها فئة الثانية بنسبة **(17,14%)** أجابوا بالسلب من خلال يمكن أم تؤدي الصحف الإلكترونية إلى نشر معلومات سلبية وخاطئة عن الشركات أو المنتجات مما يؤثر على سمعة الشركة ويقلل من العملاء.

المحور الثالث: مساهمة الصحافة الإلكترونية في تنمية التعليم المقاولاتي لدى الطالب الجامعي.

الجدول رقم(12): جدول يوضح مساهمة التعليم المقاولاتي الحالي في تفعيل قدرة الطالب الجامعي على إنشاء مشروعًا خاص به.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	29	%82,85
لا	06	%17,14
المجموع	35	**%100**

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه دور الصحافة الإلكترونية في تنمية التعليم المقاولاتي لدى الطالب الجامعي، فنجد فئة كبيرة من أفراد العينة بنسبة **(82,85%)** أجابوا بنعم أي أن تعتبر الصحافة مصدر غني للوصول إلى أخبار ومتابعة الأحداث حيث توفر موارد قيمة وتعزز فهم الطالب.

وتليها فئة الثانية وصلت النسبة إلى **(17,14%)** كانت إجابتهم بـ لا.

ولقد بيّنت العديد من الدراسات الخاصة بتشجيع المقاولاتية بأن الصحافة الإلكترونية بها تنشره من معطيات ومعلومات وتجارب ومشاريع، تساهم بطريقة مباشرة في زيادة وعي الطلبة من الناحية المقاولاتية، وذلك بتحفيزهم على تقديم مشاريع مواكبة لمختلف المتغيرات الاقتصادية للمجتمع.

الجدول رقم(13): جدول يوضح مدى مساهمة التعليم المقاولاتي في تفعيل قدرة الطالب وتوجهه إلى عالم المقاولاتية.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	30	%85,71
لا	05	%14,28
المجموع	35	**%100**

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يبين أهمية التعليم المقاولاتي لدى الطالب الجامعي ودوره في تفعيل وتوجيه إلى عالم المقاولاتية، فنجد فئة كبيرة من أفراد العينة بنسبة **(85,71%)** اعتبروا أن التعليم المقاولاتي لطالب مبني على تفعيل قدراته الذاتية لدخول في عالمه المقاولاتي حيث أجابوا بنعم من خلال تطوير مهاراتهم في التفكير النقدي وحل المشكلات، بالإضافة إلى تعزيز روح المبادرة.

أما الفئة التي بنسبة **(14,28%)** لم يروا بأن لتعليم المقاولاتي أهمية في تفعيل قدرة الطالب حيث أجابوا بـ لا في بعض الأحيان يمكن أن يؤثر عليه من خلال التركيز الكبير على المقاولات قد يتسبب في إهمال المواد الدراسية الأخرى أو جوانب الحياة.

إن التعليم المقاولاتي يرتبط ارتباطا وثيقا بمدى قدرة الطالب على التكوين في هذا المجال، الذي يتطلب الاعتماد على مجموعة من المتغيرات الهامة، منها المعلومات الخاصة بالمقاولاتية وروح المقاولاتية، ومدى ميولات الطلبة لريادة الأعمال، وهذه كلها عوامل مرتبطة بزيادة الوعي المقاولاتي.

الجدول رقم(14): جدول يوضح النصائح التي تقدمها الصحافة الإلكترونية في إقامة خطوات نحو المشاريع.

التقييم	التكرار	النسبة المئوية %
مفيدة	33	%94,28
ليست مفيدة	02	%5,71
المجموع	35	**%100**

يتضح لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه بأن أغلبية الطلبة يرون بأن الصحافة الإلكترونية تقدم نصائح مفيدة في إقامة خطوات نحو المشاريع حيث أجابوا بنسبة **(94,28%)** مما يدل على أن توفرها على معلومات دقيقة ومحددة حول الاتجاهات السوقية مما يساعد رواد الأعمال على اتخاذ قرارات مستنيرة.

وتليها بعد ذلك فئة قليلة بنسبة **(5,71%)** يرون بأن الصحافة الإلكترونية تقدم نصائح ليست مفيدة نحو إنجاز مشاريع وهذا يفسر تأثيرات بعض التقارير السلبية على سمعة المشروع حتى قبل أن يبدأ مما يجعل من الصعب جذب المستثمرين والعملاء.

والحقيقة أن غالبية النصائح المقدمة مرتبطة ارتباطا وثيقا بكيفية اختبار المشاريع بالإضافة إلى طريقة العمل، وضرورة التنظيم والتنسيق مع مختلف الجهات لضمان نجاح المشروع، زيادة على الاتصال الدائم برواد الأعمال للاستفادة من خبراتهم في هذا المجال.

الجدول رقم (15): جدول يوضح تأثير الصحافة الإلكترونية على نشر وإدماج التعليم المقاولاتي في المجتمع.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	34	%97,14
لا	01	%2,85
المجموع	35	%100

يتضح لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه بأن أغلبية الطلبة بنسبة **(97,14%)** يرون بأن الصحافة الإلكترونية تعمل على نشر وإدماج التعليم المقاولاتي في المجتمع حيث أجابوا بنعم من خلال نشر مقالات تعليمية مثل إدارة الأموال والتسويق وتنظيم ورش عمل وندوات عبر الإنترنت لتعلم.

أما الفئة الثانية فئة قليلة جدًا مثلت بنسبة **(2,85%)** يرون بأن الصحافة الإلكترونية تساهم بنسبة ضئيلة على نشر وإدماج التعليم المقاولاتي في المجتمع حيث تتيح الصحافة الإلكترونية تفاعلاً مباشرًا بين القراء والكتاب مما يقلل من فرص التنافس وتبادل الأفكار ودوره.

المحور الرابع: مساهمة الصحافة الإلكترونية في تنمية مهارات إنشاء مشاريع المقاولاتية.

الجدول رقم (16): جدول يوضح تأثير الصحافة الإلكترونية على نشر وإدماج التعليم المقاولاتي في المجتمع.

السبب	التكرار	النسبة المئوية %
اكتشاف رؤى جديدة	24	%68,57
مواكبة الاتجاهات الحديثة	11	%31,42
المجموع	35	**%100**

من خلال الجدول أعلاه والذي يتمثل في المساعدة التي تقدمها المقاولاتية لصحافة الإلكترونية من أجل تطوير أفكار جديدة لمشاريع فنجد فئة كبيرة من أفراد العينية بنسبة **(68,57%)** يرون أنه يتم ذلك من خلال اكتشاف رؤى جديدة متمثلة في تواصل مع الخبراء في مجالات مختلفة مما يسهل الحصول على نصائح وإرشادات حول كيفية تطوير الأفكار.

أما للنسبة للفئة الثانية التي ترى بأن بعض المساعدات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية للمقاولاتية لتطوير الأفكار هناك من رأى بأنها عن طريق مواكبة الاتجاهات الحديثة وتمثلت بنسبة **(31,42%)** من خلال تحليل الاتجاهات أي إنشاء تقارير وتحليلات حول اتجاهات جديدة في السوق مما يساعد على فهم ما هو شائع وما يحتاجه المستهلكون.

الجدول رقم (17): جدول يوضح مساهمة الخصائص الإدارية للمقاول في تحقيق الإبداع في المشاريع المقاولاتية.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	28	%80
لا	07	%20
المجموع	35	**%100**

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يبين مساهمة بعض الخصائص الإدارية في تحقيق الإبداع في المشاريع المقاولاتية حيث نجد بأن فئة كبيرة من الطلبة بنسبة **(80%)** أجابوا بنعم بأن الإدارة تساعد المقاول في الإبداع والتطور وهذا عن طريق الرؤية الإستراتيجية بحيث يكون المقاول لديه رؤى واضحة للمستقبل مما يساعد في توجه الابتكارات وتحديد الأهداف.

أما الفئة الثانية قدرت بحوالي **(20%)** فئة ضئيلة كانت إجابتهم بـ لا حيث اعتبروا بأن الخصائص الإدارية للمقاول لن تساهم في تحقيق وإبداع المشاريع، أي بمعنى نقص المهارات الإدارية أي إذا كان المقاول يفتقر إلى المهارات اللازمة في التخطيط والتنظيم فقد يؤثر سلبًا على تنفيذ المشاريع.

الجدول رقم(18): جدول يوضح الدور الذي تلعبه الصحافة الإلكترونية في تعزيز المهارات في انجاز مشاريع خاصة بمجال المقاولاتية ورجال الأعمال.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	26	%74,28
لا	09	%25,71
المجموع	35	**%100**

يبين الجدول أعلاه أهمية الصحافة الإلكترونية في تعزيز المهارات لإنجاز مشاريع خاصة بمجال المقاولاتية ورجال الأعمال فتبين لنا من خلاله بأن فئة معتبرة من الطلبة بنسبة **(74,28%)** أجابوا بنعم حيث رؤوا بأن لصحافة دور في تعزيز المهارات لنجاح المشاريع الخاصة بالمقاولاتية عن طريق توفير

المعلومات أي الصحافة الإلكترونية توفر معلومات حديثة ومتنوعة حول الاتجاهات الاقتصادية والتجارية وهذا يساعد المقاولين في اتخاذ القرارات.

أما بالنسبة للفئة الثانية قدرت بالنسبة **(25,71%)** الذين يرون بأن الصحافة الإلكترونية ليست لها دور في تعزيز المهارات ولا لإنجاح مشاريع خاصة برجال الأعمال قد يكون من الصعب أحيانًا العثور على محتوى ذا جودة عالية أو معلومات موثوقة في هذا المجال أو قد تفضل مصادر أخرى مثل التعليم الرسمي والتدريب العلمي.

الجدول رقم(19): جدول يوضح شعور الطالب اتجاه الصحافة الإلكترونية التي توفر له موارد تساعده على اكتشاف خطط تنموية جديدة.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	30	%85,71
لا	05	%14,28
المجموع	35	**%100**

يتضح لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه والذي يبين شعور الطلبة اتجاه الصحافة الإلكترونية وما توفر له من موارد تساعده على اكتشاف خطط تنموية جديدة، بأن فئة كبيرة بنسبة **(85,71%)** أجابوا بنعم يروا بأن الصحافة الإلكترونية توفر لطالب كل الموارد التي تساعده على اكتشاف كل الخطط التنموية أي يمكن أن تقدم لهم وجهات نظر متنوعة حول القضايا الاجتماعية مما يعزز من قدرتهم على التفكير النقدي.

أما بالنسبة للفئة الثانية قدرت نسبتهم بـ **(14,28%)** كانت إجابتهم بـ لا يرون بأن الصحافة الإلكترونية لن توفر لطلبة كل الموارد التي تساعدهم على اكتشاف خطط تنموية بينما تقدم الكثير من المعلومات والموارد إلا أن الاعتماد عليها فقد يكون غير كافٍ يحتاج الطلبة أيضا مصادر أخرى مثل الأبحاث الأكاديمية والندوات والمقابلات مع الخبراء.

الجدول رقم(20): جدول يوضح مساهمة الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي المقاولاتي لدى الطالب الجامعي.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	28	%80
لا	07	%20
المجموع	35	**%100**

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه مساهمة الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي المقاولاتي لدى الطالب الجامعي وبأن فئة كبيرة من عينة الطلبة بنسبة **(80%)** يرون بأن لصحافة دور في تنمية الوعي المقاولاتي لطلبة من خلال إنجاح مشاريع كما تساهم في نشر مقالات وتحليلات حول الاتجاهات الاقتصادية مما يساعد الطلاب على فهم السوق وطلباته بالإضافة يمكن لصحافة أن تكون منصة لمناقشة الأفكار.

أما بالنسبة للفئة الثانية التي قدرت نسبتهم بـ **(20%)** حيث أجابوا بـ لا حيث رؤوا بأن ليس لصحافة الإلكترونية أهمية في تنمية الفكر المقاولاتي لطلبة الجامعيين وقد تكون هناك جوانب تنعكس سلب لطالب بخلاف الصحافة الإلكترونية من الضروري أن يتعرض الطلاب لتجارب عملية مثل التدريب في الشركات ورش العمل والمشاركة في مسابقة ريادة الأعمال.

النتائج العامة للبحث:

انطلاقا من التحليلات الكمية والكيفية المقدمة حول موضوع بحثنا، وبناءً على النتائج المستقاة من الميدان، فقد تم التوصل إلى النتائج التالية:

1- أظهرت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يتابعون الصحافة الإلكترونية بنسبة **(48,57%)** وهذا راجع إلى توفر الأخبار بشكل فوري ومباشر ما يتيح لناس متابعة الأحداث لحظة بلحظة وسهولة وصول المعلومات في أي وقت.

2- بينت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يتابعون الصحافة الإلكترونية بصفة منتظمة فنجد أكبر فئة **(48,57%)** وهذا راجع إلى التحديث المستمر أي توفر الصحافة الإلكترونية تحديثات فورية مما يتيح للقارئ على اطلاع دائم بالأحداث.

3- أظهرت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يرون أن مساهمة الصحافة الإلكترونية توفر معلومات حول المقاولاتية بنسبة **(100%)** وهذا راجع إلى نشر تقارير وتغطيته لمستجدات في الحصول على معلومات الخاصة.

4- أظهرت الدراسة أن أغلب فئات العينة أن لصحافة الإلكترونية دور في نجاح رواد الأعمال بنسبة **(88,57%)** وهذا راجع إلى الوعي بالعلامة التجارية وهذا راجع إلى الوصول إلى فرص استثمارية أي تسلط الصحافة الإلكترونية الضوء على الشركات الناشئة الواعدة مما يجذب انتباه المستثمرين الذين يبحثون عن فرص جديدة.

5- أظهرت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يرون أن الصحافة الإلكترونية تعمل على تطوير بعض الأفكار المتعلقة بالمقاولاتية حيث نجد أكبر نسبة **(94,28%)** وهذا راجع إلى أن ترويج المشاريع الناشئة أي أنها توفر مساحة كبيرة للتغطية قصص نجاح مشاريع صغيرة.

6- حسب المعطيات الموضحة في جدول رقم **(10)** نجد أن معظم الطلبة أجابوا بنعم بنسبة **(62,85%)** أي أن الصحافة الإلكترونية تقوم على تعزيز الفكر المقاولاتي بالنسبة لطالب الجامعي وهذا يعود إلى نشر ثقافة ريادة الأعمال التي تنشر مقاولات وتجارب.

7- حسب المعطيات الموضحة في الجدول **(11)** نجد أن معظم الطلبة يرون أن لصحف الإلكترونية تأثير سلبي على المقاولاتية بنسبة **(82,85%)** وهذا راجع إلى الوصول إلى جمهور المحلي أو الدولي بسرعة وفعالية.

8- حسب المعطيات الموضحة في الجدول رقم **(12)** يوضح دور التعليم المقاولاتي في تفعيل قدرة الطالب الجامعي على إنشاء مشروع خاص به بنسبة **(82,85%)** وهذا راجع إلى تعزيز ثقافة المبادرة والتعليم أي تساعد الطلاب على تبني عقلية ريادية تشجيع على الابتكار.

9- حسب الموضحة في الجدول رقم **(13)** نجد أن لتعليم المقاولاتي دور في تفعيل قدرة الطالب إلى تحويله إلى عالم المقاولاتية وتوجهيه بنسبة **(85,71%)** وهذا راجع إلى تعزيز الثقافة المقاولاتية.

10- أظهرت الدراسة أن أغلب أفراد العينة التابعة للجدول **(14)** أن الصحافة الإلكترونية تقدم نصائح في إقامة خطوات نحو المشاريع بنسبة **(94,28%)** وهذا يعود إلى التسويق الرقمي مثل تحسين محركات البحث والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

11- أظهرت الدراسة أن أغلب أفرا العينة التابعين للجدول رقم **(15)** أن تأثير الصحافة الإلكترونية على نشر وإدماج التعليم المقاولاتي في المجتمع بنسبة **(97,14%)** وهذا يعود إلى خلق نقاش عمومي وفضاء لنقاش عبر مقالات.

12- أظهرت الدراسة أن أغلب أفراد العينة التابعين إلى الجدول رقم **(16)** أن المساعدات المقاولاتية التي تقدمها الصحافة الإلكترونية في تطوير أفكار جديدة لمشاريع بنسبة **(68,57%)** وهذا راجع إلى استخدام الصحافة الإلكترونية كمنصة لعرض أفكار المشاريع وجس نبض الجمهور من خلال التفاعل.

13- حسب المعطيات الموضحة في الجدول رقم **(17)** أن الخصائص الإدارية للمقاول في تحقيق الإبداع في المشاريع المقاولاتية بالنسبة **(80%)** وهذا يعود إلى الإدارة تتيح للموظفين المشاركة في اتخاذ القرارات وهي بيئة مثالية للإبداع.

14- حسب المعطيات الموضحة في الجدول رقم **(18)** أن الدور الذي تلعبه الصحافة الإلكترونية في تعزيز المهارات في انجاز مشاريع خاصة بمجال المقاولاتية ورجال الأعمال بنسبة **(74,28%)** وهذا يعود إلى توفير منصات التواصل والتشبيك أي عبارة عن فرص لتفاعل بين رجال الأعمال وتبادل الخبرات والتعاون على مشاريع جديدة.

15- حسب المعطيات الموضحة في الجدول رقم **(19)** نجد أن شعور الطالب اتجاه الصحافة الإلكترونية توفر له موارد تساعده على اكتشاف خطط تنموية جديدة بنسبة**(85,71%)** وهذا راجع إلى شعور الطالب بالفضول والرغبة في متابعة هذه الموارد لما تقدمه من معلومات حديثة ومفيدة.

16- حسب المعطيات الموضحة في الجدول رقم **(20)** نجد أن لصحافة الإلكترونية دور في تنمية الوعي المقاولاتي لدى الطالب الجامعي بنسبة **(80%)** وهذا يعود إلى نشر مقالات وتحليلات حول الاتجاهات الاقتصادية مما يساعد الطلاب على فهم السوق.

الخاتمة

الخاتمة:

وفي الأخير نخلص إلى أن الصحافة الإلكترونية تعتبر من بين أهم الوسائل الإلكترونية الحديثة والتي ظهرت والتي ظهرت في منتصف القرن العشرين حيث ارتبط ظهورها نتيجة لاندماج تكنولوجيا الاتصال أو ما يعرف بشبكة الإنترنت وهو ما كان سببًا أساسيًا في جعل المشهد الإعلامي في متناول الجميع بصورة كبيرة، ونتيجة لذلك صار المحتوى الإعلامي أكثر سرعة في الانتشار والوصول إلى آفاق جديدة وإلى أكبر عدد من القراء.

حيث تلعب الصحافة الإلكترونية دورًا هامًا في تنمية وتشكيل الوعي المقاولاتي لمختلف فئات المجتمع، وخاصة الطالب الجامعي باعتباره فرد من المجتمع فهو في بحث مستمر عن الحصول على المعلومات والأخبار الثقافية المختلفة التي تقوم بنقلها من عادات وتقاليد وقيم اجتماعية وهذا ما يساهم في تنمية الوعي المقاولاتي بالنسبة له.

وعلى الرغم من انتشار الصحافة الإلكترونية بشكل متسارع في الكثير من دول العالم، إلا أنه لا يزال هذا النوع من الصحافة في بدايته في المنطقة العربية ويحتاج إلى مزيد من التوضيح لمفاهيمه وقواعده الأساسية.

قائمة المصادر
والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المراجع باللغة العربية:

أولا: الكتب

- الشفيع عمر حسين، الصحافة الإلكترونية، المفهوم، والخصائص والانعكاسات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الإمارات، ط1، العدد 168، 2011.

- جودت أحمد سعادة، جمال اليوسف، تدريس مفاهيم اللغة العربية والرياضيات والعلوم والتربية الاجتماعية، ط1، دار الجيل لنشر والتوزيع، بيروت، 1988.

- جودي محمد علي، المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، دار العالمي لنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.

- رضا عبد الواجد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007.

- رضا عبد الواحد أمير، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007.

- رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الأنواع التحريرية في الصحيفة الإلكترونية)، جسور النشر والتوزيع، المحمدية، الجزائر.

- على عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، الطبعة العربية، دار البازوي العلمية للنشر والتوزيع، عمان شارع الملك حسين.

- عمر حسين الشفيع، الصحافة الإلكترونية، المفهوم، الخصائص، والانعكاسات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ط1، الإمارات، العدد 168، 2011.

- محمود علم الدين، الصحافة الإلكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2008.

ثانيا: الرسائل الجامعية

1- رسائل الماجستير:

- حمدي محمد فاتح، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في تخصص العلاقات العامة، استخدام النخبة لصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على المقروئية الصحف الورقية أساتذة جامعة باتنة، 2009.

- فتيحة تلالات، الصحافة المكتوبة في ظل منافسة الصحف الإلكترونية، دراسة ميدانية طلبة الإعلام والاتصال، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في صحافة المكتوبة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العقيد أحمد دراية، أدرار، 2018.

- قوراري صونية، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين مستخدمين الإنترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، 2011/2010.

2- شهادة الماستر:

- آمنة سعودي، شعبان بعطيش، آثر المقومات الفكر المقاولاتي في تحقيق الإبداع في المشاريع المقاولاتية، دراسة على طلبة الماستر، قسم علوم التسيير بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مسيلة، العدد 36.

- أمنية بن زارة، مطبوعة بيداغوجية في مقياس المقاولاتية لسنة الثانية ماستر، تخصص الاتصال والعلاقات العامة، سنة 2023/2022.

- بوعلاق رفيقة، بودجاجة سناء، الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، الدراسة ميدانية لدار المقاولاتية بجامعة تبسة، مذكرة مقدمة لنيل الماستر، سنة 2021/2020.

- حيزي نسري، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة تبسة، 2023/2022.

قائمة المصادر والمراجع:

– دليلة راجدلي، دور الجامعة في ترسيخ ثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر، دراسة ميدانية بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2022/2021.

– صالح مدور، دور المرافقة في تفعيل الروح المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، دراسة حالة دار المقاولاتية لجامعتي بسكرة، ورقلة، مذكرة لاستكمال شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، ورقلة، 2018–2019.

– عبد الحفيظ النهاري، الصحافة الإلكترونية السياسية اليمنية والفضاء العمومي، مقارنة بالاتصال الإلكتروني في الانتخابات الرئاسية 20 سبتمبر 2006، مذكرة علوم الإعلام والاتصال، جامعة تونس، 2006.

– عبد الحميد الرحمن محمدي، زبيدة مختارة، خديجة بن سالم، دور الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية بجامعة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019.

– عمر عمروش، تأثير التعليم المقاولاتي في تنمية المقاولاتية وبناء مشاريع لدى الطلبة الجامعة– دراسة حالة جامعة العربي التبسي، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، جامعة تبسة، 2019.

– فتيحة تلالات، لطيفة بيقة، الصحافة المكتوبة في ظل منافسة الصحف الإلكترونية، دراسة ميدانية، كلية الإعلام والاتصال، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة العقيد أحمد دراية أدرار، 2018/2017.

– فوزية عبو، الصحافة الإلكترونية، مطبوعة بيداغوجية لطلبة سنة أولى ماستر، كلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الدكتور مولاي طاهر، سعيدة، 2021/2020.

– نوارة فار، تأثير مقروئية الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية رسالة ماستر في علوم الإعلام واتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2016.

– يوسف مصابحية، حسناء عطية، الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية بجامعة العربي التبسي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، 2019.

–جميلة زبيدي، دور الصحافة الإلكترونية في الدعوة الإسلامية، دراسة ميدانية على أساتذة العلوم الإسلامية في جامعة الوادي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجزائر، 2014.

رابعا: المقالات

– أبو قاسم حمدي، دور الجامعة في ترقية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أغواط، 2019.

– أمينة بن بدر، دور الجامعة في ترقية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الأغواط، 2019.

– حسين مطاوع الترتوري، البحث العملي، خطة وأصالته ونتائجه، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 20، حزيران، 2010.

– حمدي أبو قاسم، أمينة بن بدرة، عبد القادر بن برطال، دور الجامعة في ترقية الفكر المقاولاتي لدى الطالب الجامعي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الأغواط.

– رشيدة قواسمي، التأصل النظري للمقاولاتية كمشروع والنظريات والنماذج المفسرة لتوجه المقاولاتي، جامعة الجزائر، تبسة، 2020.

– زهرة مولاي علي، دور الأستاذ الجامعي في غرس روح المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، جامعة البليدة.

– فوزي نوار، دروس في مادة المقاولاتية، قسم على الاجتماع والديمغرافية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشاذلي بن جديد، الطارف، 2023.

– نجاة الشاذلي، قراءات تاريخية لتطور الفكر المقاولاتي، مخبر الشراكة والاستثمار والمتوسطة في الفضاء الأورو. مغاربي، جامعة فرحات عباس، سطيف، المجلد 11، العدد01، 2018.

خامسا: المحاضرات والمطبوعات الجامعية

– أمينة بن رزارة، مطبوغة بيداغوجية في مقياس المقاولاتية لسنة الثانية ماستر، الاتصال والعلاقات العامة، جامعة قالمة، 2023.

– خميسة مدور، محاضرات في تاريخ الصحافة في المغرب العربي، مطبوعة بيداغوجية مقدمة لطلبة، سنة أولى ماستر، جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة، سنة 2023/2022.

– لامية مجدوب، مناهج البحث العلمي، محاضرات ألقيت على طلبة السنة الأولى جذع مشترك في مقياس المنهجية، 2021/2020.

– هاشم رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، قسم العلوم الاجتماعية، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، د – ب، د، س.

– هوارية زيتوني، مطبوعة بيداغوجية في مادة المقاولاتية موجهة لسنة الطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص اقتصاديات العمل، جامعة ابن خلدون، تيارت كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم اقتصادية، 2022/2021.

– هوارية زيتوني، مطبوعة بيداغوجية في مادة المقاولاتية، موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر تخصص اقتصاديات العمل، جامعة ابن خلدون تيارت، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم الاقتصادية، 2022/2021.

المراجع باللغة الأجنبية:

-Nadia Rohhi,Comceptvalisotion de Lespnc entuprnaril et identificon desfacteors de son developpent dans Lansiigmmot supeneur tunisie thése de doctoat , université de crenoble, 2010.

ملاحق

ملحق رقم (01)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية **قسم: علم الاجتماع**

الرقم التسلسلي: .....

رقم التسجيل: .....

جامعة الشاذلي بن جديد
UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID

استمارة استبيان في إطار إعداد مذكرة مكمّلة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم إجتماع إعلام إتصال

بعنوان:

مساهمة الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي المقاولاتي لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية بجامعة الشاذلي بن جديد– الطارف

من إعداد الطلبة:

- خديجة بوخاتم
- حسين مسعودي

تحت إشراف الدكتورة:

د/ سامية معاوي

ملاحظة:

جميع إجاباتكم ستكون في سرية تامة ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي

السنة الجامعية: 2024 /2025 م

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- العمر: من 20 سنة إلى 23 سنة ☐ من 24 سنة إلى 26 سنة ☐ من 26 سنة فما فوق ☐

3- المستوى التعليمي: أولى ماستر إتصال ☐ ثانية ماستر إتصال ☐

4- الحالة العائلية: أعزب ☐ متزوج ☐

5- مستوى الدخل العائلي: ضعيف ☐ متوسط ☐ مرتفع ☐

المحور الثاني: مساهمة الصحافة الإلكترونية في تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطالب الجامعي؟

6- هل تتابع الصحافة الإلكترونية بانتظام؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

7- كيف تساهم الصحافة الإلكترونية في توفير معلومات حول المقاولاتية؟

عن طريق وسائل التواصل الإجتماعي ☐ عن طريق صحف ☐

8- هل تعتقد أن الصحافة الإلكترونية لها دور في نجاح قصص رواد الأعمال؟

نعم ☐ لا ☐

9- هل ترى بأن للصحافة الإلكترونية اتجاهات متعددة تعمل على تطوير أفكار المقاولاتية؟

نعم ☐ لا ☐

10- هل تساهم الصحافة الإلكترونية في تعزيز الفكر المقاولاتي بالنسبة للطالب الجامعي؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

11- هل تؤثر الصحف خاصة الإلكترونية على فهمك للمقاولاتية؟

إيجاب ☐ سلب ☐

المحور الثالث: مساهمة الصحافة الإلكترونية في تنمية التعليم المقاولاتي لدى الطالب الجامعي

12- هل يساهم التعليم المقاولاتي الحالي في تفعيل قدرة الطالب الجامعي على إنشاء مشروعا خاصا به؟

نعم ☐ لا ☐

13- كيف يسمح التعليم المقاولاتي في تفعيل قدرة الطالب بالتوجيه إلى عالم المقاولاتية؟

نعم ☐ لا ☐

14- هل ترى بأن الصحافة الإلكترونية توفر لك فرصا للتواصل مع خبراء في مجال الأعمال؟

نعم ☐ لا ☐

15- ما هي النصائح التي تقدمها الصحافة الإلكترونية في إقامة خطوات نحو المشاريع؟

نصائح مفيدة ☐ ليست مفيدة ☐

16- هل تؤثر الصحافة الإلكترونية على نشر وإدماج التعليم المقاولاتي في المجتمع؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الرابع: مساهمة الصحافة الإلكترونية في تنمية مهارات إنشاء مشاريع المقاولاتية؟

17- كيف تساعدك المقاولات التي تقرأها في الصحافة الإلكترونية على تطوير أفكار جديدة لمشاريعك؟

☐

اكتشاف رؤى جديدة ☐ مواكبة الاتجاهات الحديثة

18- هل تساهم الخصائص الإدارية للمقاول في تحقيق الإبداع في المشاريع المقاولاتية؟

نعم ☐ لا ☐

19- هل تساهم الصحافة الإلكترونية في تعزيز مهاراتك في إنجاز مشاريع خاصة بمجال المقاولاتية ورجال الأعمال؟

نعم ☐ لا ☐

20- هل تشعر بأن الصحافة الإلكترونية توفر لك موارد تساعدك على اكتشاف خطط تنموية جديدة؟

نعم ☐ لا ☐

21- هل تعتقد بأن الصحافة الإلكترونية تساهم في تنمية الوعي المقاولاتي لدى الطالب الجامعي؟

نعم ☐ لا ☐

شكرا على حسن تعاونكم