

قسم علوم الإعلام و الاتصال
تخصص اتصال تنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

دور الإذاعة المعجلة في التعريف بالمؤسسات الناشئة لولاية

تبسة

دراسة ميدانية بإذاعة تبسة الجهوية -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذ(ة):

• بن مهدي مرزوق

من إعداد الطالبة:

• ساعي صفية

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
بلخيري رضوان	أستاذ تعليم عالي	رئيسا
بن مهدي مرزوق	أستاذ تعليم عالي	مشرفا ومقررا
سيفي نسرين	أستاذ محاضر (ب)	عضوا ممتحنا

شكر و عرفان

الحمد لله عز و جل حمدا كثيرا طيبا كما ينبغي لجلاله و عظيم سلطانه، أن وفقني

و سدد خطاي لإنجاز و إتمام هذه الأطروحة.

أتقدم بخالص امتناني و شكري الأستاذ الدكتور الفاضل "بن مهدي مرزوق"

المشرف على هذا العمل، لما قدمه لي من نصائح و توجيهات قيمة.

إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام و الاتصال، لكم مني جزيل الشكر و التقدير.

إلى كل ما ساعدني من قريب أو بعيد و لو بكلمة طيبة.

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم و الصلاة و السلام على سيدنا و حبيبنا محمد اشرف المرسلين

عظم المراد فهان الطريق

فجاءت لذة الصول .. لتمحي مشقة السنين

أهدي ثمرة جهدي و عملي هذا إلى:

من كلكه الله بالهيبه و الوقار.. إلى من أحمل اسمه بكل افتخار " أبي" العزيز أطل الله في عمرك و رعاك

إلى ملاكي في الحياة .. إلى رمز الحنان و الحب و التضحية .. إلى من كان دعائها سر ناجحي و

حنانها بلسم جراحي "أمي" الغالية حفظك الله

إلى أحبباء قلبي الذين كانوا معي في السراء و الضراء "إخوتي و أخواتي"

إلى كتاكيت العائلة: معاذ، مؤمن، عقبة، خبيب، صهيب، وقاص، ساجد، رتيل

إلى من جمعنتي بهم الحياة صديقاتي جميعا دون استثناء

صفاء

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر و عرفان
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ-ب	مقدمة
04	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
05	إشكالية و تساؤلات الدراسة
06	أسباب اختيار الموضوع
06	أهمية الدراسة
06	أهداف الدراسة
08-07	تحديد المفاهيم و المصطلحات
16 -09	الدراسات السابقة
17	الإجراءات المنهجية للدراسة
17	منهج الدراسة
18	مجتمع البحث
20-18	أدوات الدراسة
21	مجالات الدراسة
22	الفصل الثاني: إطار نظري حول الإذاعة و المؤسسات الناشئة
23	1- أولاً: ماهية الإذاعة

24-23	2- قصة ظهور الإذاعة
25	3- خصائص الإذاعة المحلية
26	4- أهمية الإذاعة المحلية
28-27	5- أهداف ووظائف الإذاعة المحلية
30 -29	الإذاعة المحلية في الجزائر
31	1- ثانيا: عموميات حول المؤسسات الناشئة
33-31	2- مفهوم المؤسسات الناشئة و دورها
35-34	3- خصائص ومميزات المؤسسات الناشئة
36	4- أنواع المؤسسات الناشئة
37	5- المؤسسات الناشئة في الجزائر
40-38	مصادر وإشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر
41	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة
42	1/ تقديم مؤسسة إذاعة تبسة الجهوية
42	تعريف ونشأة إذاعة تبسة
43	أهداف ومهام إذاعة تبسة
45-44	الهيكل التنظيمي الخاص بإذاعة تبسة
46	2/ المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية
65-46	عرض البيانات وتحليلها
68-66	النتائج العامة للدراسة
69	نتائج الدراسة بناء على التساؤلات الفرعية
70	مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة
72	خاتمة

75-73	قائمة المصادر والمراجع
87-76	الملاحق
89-88	ملخصات الدراسة

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس	46
02	يبين توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس	47
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	47
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	48
05	يبين توزيع المبحوثين حسب التخصص	49
06	يبين رأي المبحوثين حول اهتمام الإذاعة بمشاكل جمهورها	50
07	يبين وجهة نظر المبحوثين حول البرامج المفضلة لدى الجمهور	50
08	يبين رأي المبحوثين في الوقت المخصص للبرامج التنموية	51
09	يبين أهم مصادر المعلومات في البرامج الاقتصادية	52
10	يبين رأي المبحوثين في مساهمة البرامج التنموية و الاقتصادية في دعم الاقتصاد المحلي	53
11	يبين الاحتمالات التي اختارها المبحوثين لمساهمة البرامج الاقتصادية في رفع كفاءة الاقتصاد المحلي	53
12	يبين مفهوم المؤسسات الناشئة حسب وجهة نظر المبحوثين	54
13	يبين كيفية تعريف الإذاعة للمؤسسات الناشئة حسب المبحوثين	56
14	يبين طريقة تقديم إذاعة تبسة للقوانين الخاصة بالمؤسسات الناشئة في الباقية البرامجية	57
15	يبين الأساليب التي تتبعها إذاعة تبسة لتشجيع فئة الشباب على تأسيس مشروع مؤسسة ناشئة	58
16	يبين إن كانت الأساليب التي تتبعها الإذاعة كافية لجذب الانتباه حول المؤسسات الناشئة أم لا	59
17	يبين أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في ولاية تبسة	60
18	يبين إمكانية التغلب على العقبات التي تقف في طريق إنشاء المؤسسة الناشئة	61
19	يبين أهم الاقتراحات التي تطرحها الإذاعة لدعم المؤسسات الناشئة	62
20	يبين رأي المبحوثين حول اقتراح إعطاء تحفييزات أكبر من أجل الاهتمام	63

	بحاضنات الأعمال و المؤسسات الناشئة	
64	يبين رأي المبحوثين حول إمكانية دخول المؤسسات الناشئة ضمن المكونات الرئيسية في البرامج الوطنية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية	21
64	يبين إن كان احتمال زيادة الإنفاق الحكومي على البحث العلمي وإدماج الجامعات و مراكز البحث في أرض الواقع يشجع على ثقافة الابتكار و المقاولاتية أم لا حسب المبحوثين	22
65	يبين إن كان التخلف التقني يعد سببا رئيسيا في زيادة العقبات التي تواجه المؤسسات الناشئة حسب وجهة نظر أفراد العينة.	23

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	منحى المؤسسة الناشئة Startup.	31
02	يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس	46
03	يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس	47
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	47
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	48
06	يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص	49
07	يوضح وجهة نظر المبحوثين حول البرامج المفضلة لدى الجمهور	50
08	يوضح رأي المبحوثين في الوقت المخصص للبرامج التنموية	51
09	يوضح الاحتمالات التي اختارها أفراد العينة لمساهمة البرامج في رفع كفاءة الاقتصاد المحلي	53
10	يوضح إن كانت الأساليب التي تتبعها الإذاعة كافية لجذب الانتباه حول المؤسسات الناشئة أم لا	59
11	يوضح أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في ولاية تبسة	60
12	يوضح رأي المبحوثين حول اقتراح إعطاء تحفيزات أكبر من أجل الاهتمام بحاضنات الأعمال والمؤسسات الناشئة	63
13	يوضح رأي المبحوثين حول إمكانية دخول المؤسسات الناشئة ضمن المكونات الرئيسية في البرامج الوطنية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية	64

مقدمة

مقدمة:

تزايد دور الإعلام في المجتمع، و تعددت أدواره و تنوعت أساليب تأثيره بفعل تطور تكنولوجيا الاتصال و انتشار وسائل الإعلام، و التي تؤدي دورا أساسيا في نشر الثقافة و الوعي و المعرفة. و تعتبر الإذاعة إحدى هذه الوسائل التي تقوم بوظائف إعلامية كثيرة، حيث تساهم في تشكيل الاتجاهات و تكوين الانطباعات و إحداث التغييرات بما تقدمه من أفكار و موضوعات، كما أنها شكلت نظام اتصالي متباين تم فيه إلغاء الحدود الجغرافية و تقريب المسافات بفضل موجات الأثير.

و مما لا شك فيه، أن الإذاعة المحلية تعمل على تلبية احتياجات كافة أفراد الجمهور من خلال تقديم خدمات مختلفة سواء ثقافية، اجتماعية، توعوية، تنموية و اقتصادية. و من الملحوظ اهتمامها بموضوع المؤسسات الناشئة التي أصبحت تؤدي دورا حيويا في تحقيق استدامة التنمية الاقتصادية و الاجتماعية خاصة لما لها من أهمية بالغة في رفع معدلات التشغيل و تطوير الاقتصاد، حيث أنها تعد دعامة أساسية لدفع عجلة الاقتصاد الوطني خاصة في ظل التطورات الاقتصادية و التنموية الراهنة في العالم، و التي تفرض تبني المشاريع المبتكرة و الابداعية بهدف فتح آفاق جديدة، و مواجهة كل العقبات في هذا المجال. لذا كان من الطبيعي أن تدرج الإذاعة المحلية موضوع المؤسسات الناشئة ضمن أولويات برامجها لتقدمها في صيغة إعلامية للجمهور المحلي حتى تظفر هذه الأخيرة باهتمام العديد من الشباب الطامح في العمل، و تجذب الانتباه حولها.

و من هنا سنحاول الوقوف على دور الإذاعة المحلية في التعريف بالمؤسسات الناشئة و بالأخص في ولاية تبسة، و اشتملت دراستنا هذه على مقدمة و ثلاث فصول و خاتمة.

حيث تمثل الفصل الأول في الإطار المنهجي و الذي عرضنا فيه إشكالية الدراسة و تساؤلاتها، كما ذكرنا أسباب اختيار الموضوع، و أهمية و أهداف الدراسة و كذا تحديد المصطلحات و المفاهيم. ثم تطرقنا للدراسات السابقة و الاجراءات المنهجية التي شملت: منهج الدراسة ، مجتمع البحث، و أدوات و مجالات الدراسة.

أما الفصل الثاني فقد كان إطار نظري حول الإذاعة و المؤسسات الناشئة و الذي قسمناه إلى قسمين؛

- القسم الأول تحت عنوان : ماهية الإذاعة حيث اشتمل على : "ماهية الإذاعة و قصة ظهورها، أهمية الإذاعة المحلية و خصائصها، أهداف و وظائف الإذاعة المحلية، و الإذاعة المحلية في الجزائر."

- القسم الثاني المعنون ب: عموميات حول المؤسسات الناشئة، و الذي احتوى: مفهوم المؤسسات الناشئة و دورة حياتها، خصائص و مميزات المؤسسات الناشئة و أنواعها، المؤسسات الناشئة في الجزائر و مصادر و إشكالية تمويلها.

و الفصل الثالث و الأخير: الإطار التطبيقي للدراسة، الذي كان بمثابة الجانب الميداني؛ إذ اشتمل على تعريف المؤسسة التي قمنا فيها بالدراسة الميدانية، من : "تعريف، نشأة، أهداف، مهام، و الهيكل التنظيمي لها". و المعالجة الكمية و الكيفية للبيانات الميدانية التي شملت: عرض البيانات و تحليلها، النتائج العامة للدراسة، النتائج بناء على التساؤلات الفرعية، و مناقشتها في ضوء الدراسات السابقة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

اشكالية و تساؤلات الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

تحديد المفاهيم و المصطلحات

الدراسات السابقة

الإجراءات المنهجية للدراسة

منهج الدراسة

مجتمع البحث

أدوات الدراسة

مجالات الدراسة

إشكالية الدراسة:

تعتبر الإذاعة من بين وسائل الإعلام الجماهيرية الأكثر انتشارا في مختلف أنحاء العالم. حيث أنها تعمل على إيصال الرسائل الاعلامية إلى كم هائل من الجماهير في آن واحد بالاعتماد على حاسة السمع فقط، كما أنها تساهم في إحداث التغييرات و تشكيل الاتجاهات في حياة المجتمعات، بما تقدمه من برامج اجتماعية، ثقافية، اقتصادية و دينية، باعتبارها مرفق عمومي.

و في هذا السبيل نجد أن الإذاعة المحلية مثلها مثل الاذاعة العالمية، فهي بدورها تقوم بعدة وظائف مختلفة، من نقل الأخبار، تثقيف و توعية. و لكن هذه الخلية الاعلامية مقتصرة بالدرجة الأولى على المجتمع الذي تغطيه من أجل العمل على نقل انشغالات ومطالب الأفراد إلى السلطات المحلية بأكثر سرعة و فورية. و من أهم وظائف الإذاعة المحلية الجزائرية و بالتحديد : إذاعة تبسة أف. أم ، أنها تقوم بالتعريف بالمؤسسات الناشئة في الجزائر، و التي لاقى اهتمام كبير في الآونة الأخيرة من قبل الشباب الطامح للعمل، باعتبار هذه الأخيرة . المؤسسات الناشئة. أحد ركائز الاقتصاد الوطني، و أهم روافد عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال خلقها لفرص عمل، و تبنيها للأفكار الجديدة و الإبداعية. لذا فالإذاعة المحلية تحاول تسليط الضوء على خصائصها التي تميزها عن باقي المؤسسات، من خلال تقديمها و بثها في برامجها حتى تلقى رواجًا و دعما من قبل جمهورها، و هذا ما يؤدي إلى زيادة فرص استمراريتها.

و على ضوء ما سبق نطرح الإشكالية المتمثلة في السؤال التالي:

ما هو الدور الذي تقوم به إذاعة تبسة المحلية لتعريف المؤسسات الوطنية الناشئة ؟

و من هذا التساؤل تندرج الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي مكانة البرامج الاقتصادية والتنموية في الباقة البرمجية لإذاعة تبسة المحلية؟
- كيف تساهم إذاعة تبسة في التعريف بالتجارب الناجحة للمؤسسات الناشئة على مستوى ولاية تبسة ؟
- ما هي الأساليب التوعوية التي تتبعها إذاعة تبسة لتشجيع الشباب على تأسيس استحداث مؤسسات ناشئة؟
- ما هي الاقتراحات التي تطرحها إذاعة تبسة للتغلب على المشاكل التي تواجه المؤسسات الناشئة على مستوى ولاية تبسة؟

أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

الميل والرغبة في الدراسة التي تخص المؤسسات الناشئة.

التعرف على آليات بناء الرسائل الإعلامية في إذاعة تبسة المحلية.

أسباب موضوعية:

إبراز أهم المفاهيم المتعلقة بالمؤسسات الناشئة.

معرفة مدى فاعلية المضامين الإذاعية في إلقاء الضوء على موضوع المؤسسات الناشئة.

قلة وندرة الدراسات الخاصة بالمؤسسات الناشئة في الجزائر.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة من خلال العناصر التالية:

المكانة الهامة للإذاعة المحلية في تحقيق التنمية داخل المجتمع المحلي من خلال بثها لبرامج إعلامية هادفة. حدثت موضوع الشركات الناشئة في الجزائر، في ظل المتغيرات الاقتصادية الدول وإقبال العديد من الشباب عليه من أجل تحقيق التنمية ومواجهة بعض الظواهر الاقتصادية كالفقر والبطالة.

أهداف الدراسة:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل في:

- التعرف على المؤسسات الناشئة وإبراز أهم خصائصها.
- إبراز الدور الذي تقوم به الإذاعة المحلية للتعقيب على موضوع المؤسسات الناشئة وكل الجوانب المتعلقة به.
- تحديد أهم الآليات التمويلية للمؤسسات الناشئة في الجزائر.
- معرفة مدى تأثير البرامج الإذاعية على الجمهور المحلي.

تحديد المفاهيم والمصطلحات:

الإذاعة :

لغة: أذاع الخبر: نشره، أذاع السر: أظهره وذهب به.¹

اصطلاحا: نقل الأخبار والمحاضرات والموسيقى والأغاني ونحوها بواسطة الراديو - محطة الإذاعة - دار البث.²

المحلية:

لقد جاء في قاموس المعاني أن المحلية من الاسم "محل" والمحل هو المكان الذي يُحل فيه، محل الإقامة.³

الإذاعة المحلية:

تعرف الإذاعة المحلية بأنها أحد روافد الاعلام المحلي الذي ينبثق من بيئة معينة ومحددة، ويوجه إلى جماعة بعينها ترتبط مع بعضها البعض.⁴

هي جهاز محلي يخدم ويوجه إلى مجتمع محلي، إذ تبث برامجها إلى جمهور محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة.⁵

تعريف إجرائي:

الإذاعة المحلية وسيلة من وسائل الاعلام المختصة بالبث في رقعة جغرافية محددة، أو إقليم معين يشترك في مجموعة من المميزات الثقافية والاجتماعية.

¹ - جبران مسعود: الرائد معجم عصري لغوي رتب مفرداته وفقا لحروفها الأولى، ط 7، دار العلم للملايين، بيروت لبنان، 1992، ص39.

² - المرجع نفسه، ص 39.

³ - قدوري عبد القادر: الإذاعة المحلية الجزائرية ودورها الإخباري والتوعوي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، الوادي، العدد24، 2017 ص343.

⁴ - رشيد خيضر: دور الإذاعة المحلية وأهميتها في تنمية المجتمع المحلي- دراسة في الوسائل والأساليب-، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، الوادي، العدد2016، 15، ص108.

⁵ - بداني فؤاد: سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية - دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم-، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، علم اجتماع الاتصال، جامعة وهران2 محمد بن أحمد، 2015-2016، ص53.

المؤسسة:

جمعية أو معهد أو شركة أسست لغاية اجتماعية أو أخلاقية أو خيرية.¹

المؤسسة الناشئة:

تعرف المؤسسة الناشئة startup اصطلاحاً حسب القاموس الانجليزي على أنها مشروع صغير بدأ للتو، وكلمة startup تتكون من جزأين Start و هو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و Up و هو ما يشير لفكرة النمو القوي.²

تعريف ثاني: حسب قاموس الأعمال Business Dictionary المؤسسة الناشئة هي المرحلة المبكرة من دورة حياة المؤسسة حيث ينتقل رائد الأعمال Entrepreneur من مرحلة الفكرة إلى تأمين التمويل، و وضع الهيكل الأساسي للأعمال، وبدء العمليات و التجارة.³

تعريف إجرائي:

المؤسسات الناشئة هي عبارة عن مؤسسة حديثة النشأة يتم إنشاؤها من قبل فرد أو مجموعة من الأفراد بغية تطوير فكرة معينة لتقديمها في شكل خدمة أو منتج بطريقة إبداعية و مبتكرة، و غير موجودة في السوق من قبل.

¹ - جبران مسعود: مرجع سابق، ص705.

² - حسين يوسف، صديقي إسماعيل: دراسة ميدانية لواقع انشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، بشار، العدد1، 2021، ص70.

³ - بن لخضر السعيد وآخرون: مفهوم المؤسسات الناشئة في الجزائر بين التبيي و الواقع، مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، المسيلة، ص 27.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، من إعداد الطالبة بوروية كاتية، تحت عنوان: إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر و سبل تطوير الآليات التمويلية في ظل المتغيرات الاقتصادية الراهنة. كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف1 دفعة 2018.

و الإشكالية المحورية للدراسة هي كالتالي:

كيف يمكن تطوير الآليات التمويلية التقليدية و المستحدثة للحد من الفجوة التمويلية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر؟

و يتفرع منها تساؤلات ثانوية هي:

- 1- ما هي أهم المشاكل التي تعاني منها المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر؟
- 2- هل صيغ التمويل التقليدية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة تتوافق مع كل أنواعها و خصوصيتها؟
- 3- هل هناك أساليب تمويلية مستحدثة تتماشى مع التطورات الاقتصادية الراهنة؟
- 4- هل تساهم برامج التمويل الحالية في تلبية احتياجات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة؟
- 5- هل لعبت هيئات الدعم دورها في مرافقة هذه المؤسسات؟
- 6- هل تتمتع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر بالملاءة المالية الكافية للحصول على الائتمان المصرفي؟
- 7- كيف يمكن تحسين العلاقة بين المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و البنوك خاصة فيما يخص الشروط البنكية و مشكلة الضمانات؟
- 8- ما هي الأساليب التمويلية البديلة التي تلي احتياجات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر؟
- 9- هل تستطيع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر التمويل عن طريق اللجوء إلى الأسواق المالية؟¹

¹ - بوروية كاتية : إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر و سبل تطوير الآليات التمويلية في ظل المتغيرات الاقتصادية الراهنة، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، تخصص علوم اقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف 1، 2017-2018، ص ب.

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي يسمح بإبراز إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ودور البدائل المستحدثة في دعم المنظومة التمويلية لها.

أما بالنسبة للأدوات المستخدمة فقد اعتمدت على: القوانين و التشريعات ذات الصلة، المعطيات الاحصائية المتعلقة بواقع المؤسسات الصغيرة في الجزائر، و أيضا الهيئات الرسمية التي لها علاقة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

و على ضوء ذلك توصلت الباحثة في هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر تؤثر على قدرتها في الحصول على قروض مصرفية طويلة الأجل .
- آليات التمويل في الجزائر لا تلئم الاحتياجات المالية لهذه المؤسسات.
- ظهور الفجوة التمويلية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يرجع إلى قصور في التمويل بالملكية وضعف أداء السوق المالي.¹

حدود الاستفادة من الدراسة:

اتضح لنا أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر تحتاج إلى أساليب و آليات تمويلية تتوافق مع خصوصيتها من جهة و توفير أدوات تمويل مستدامة تسمح بديمومتها و رفع قدراتها التنافسية من خلال سبل تطوير إمكانياتها و زيادة الإبداع خاصة مع الحالة التي يعيشها اليوم من تحولات جذرية بانتشار الرقمنة و تزايد الاهتمام بالمؤسسات الناشئة و الإبداعية و التكنولوجية.

¹ - بوروبه كاتية : إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر و سبل تطوير الآليات التمويلية في ظل المتغيرات الاقتصادية الراهنة، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، تخصص علوم اقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف 1، 2017-2018، ص 306.

الدراسة الثانية:

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه من إعداد الطالب بوسته زهر الدين، بعنوان : ميكانيزمات دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشريع الجزائري، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، يوسف بن خدة، دفعة 2020.

تمثلت إشكالية الدراسة في:

هل حققت آليات الدعم المقررة ضمن مختلف النصوص القانونية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التحفيز لدفع الاستثمار الخاص في الجزائر؟

وللإجابة على الاشكالية، اتبع الباحث منهج تحليلي للنصوص القانونية المتعددة، كما تم الاعتماد على بعض الإحصائيات المتعلقة بنوع النشاط.¹

وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

- العمل على إدخال برامج التدويل ضمن استراتيجية الإصلاح مع محاولة فتح فروع لمؤسسات في الخارج بمعية غرف الصناعة والتجارة وكذا الغرف الحرفية.
- إبرام عقود شراكة لتسويق منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطار استراتيجية التدويل.
- تعول الحكومة اليوم على المناولة كسبيل لإشراك هذه المؤسسات في الاستثمار في القطاع الخاص مما يتطلب الإسراع في إعداد دليل قانوني للمناولة.
- تخصيص شكل قانوني وفق أحكام القانون التجاري يتأسس وفقه هذا النوع من المؤسسات في حال ما إذا اختار صاحب المشروع النمط الجماعي التجاري.
- ضرورة استحداث أقطاب قضائية اقتصادية متخصصة لمعالجة نزاعات الاستثمار و حماية مؤسسات القطاع الخاص على اختلاف أحجامها، خاصة إذا تعلق الأمر بالتعثر الراجع لعدم استيفاء الدين.²

¹ - بوسته زهر الدين: ميكانيزمات دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، علوم القانون الخاص ، جامعة الجزائر 1- يوسف بن خدة، 2019-2020، ص 08.

² - بوسته زهر الدين: ميكانيزمات دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، علوم القانون الخاص ، جامعة الجزائر 1- يوسف بن خدة، 2019-2020، ص ص 313، 312.

حدود الاستفادة من الدراسة:

تبين لنا أن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية قصوى من أجل بناء إطار قانوني ذو بعد اقتصادي، كما أنها تشكل محور أساسي لدفع عجلة الاقتصاد الوطني. وأن رهان تطوير هذه المؤسسات ليس مرتبطا فقط بالإطار القانوني، وإنما أيضا بالاستراتيجيات التمويلية التي تعتمدها الدولة في إطار دعم و تطوير تلك المؤسسات، كما أن العمل على استمرارية الأداء بمشاركة المؤسسات الصغيرة في مختلف الاعمال التنموية يعد تجسيدا لسبل المتابعة نحو التطوير.

الدراسة الثالثة:

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه من إعداد الطالب بداني فؤاد بعنوان: سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية – دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم – قسم علم الاجتماع، جامعة وهران 2 دفعة 2016.

تحدد الإشكالية في هذه الدراسة بمجموعة من التساؤلات المتمثلة في:

- ما هي الخصائص السوسيولوجية لهيئات التحرير بالإذاعة الجزائرية " إذاعة مستغانم " وما هو واقع الأداء الإخباري لصحفي إذاعة مستغانم ؟
- ما القيم الإخبارية الواردة في النشرات الإخبارية لإذاعة مستغانم و ما العوامل التي تؤثر في تحديدها ؟ وهل تتوافق وقيم المجتمع المحلي ؟
- من هو جمهور الأخبار الإذاعية و ما هي مواقفه من الخدمة الإخبارية؟¹

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يتمثل في منهج البحث الميداني و منهج تحليل المحتوى.

أما أدوات وتقنيات الدراسة المعتمدة من قبل الباحث فتمثلت في استمارة المقابلة، تحليل المحتوى (حيث قام بتحليل النشرات الإخبارية التي قامت بثها الإذاعة المحلية – محطة مستغانم) و أيضا أداة استمارة الجمهور و التي احتوت على 27 سؤال موزعة على أربعة محاور، و كان الهدف منها معرفة الجمهور الحقيقي لأخبار الإذاعة.

و اعتمد الباحث على عينة بحث حصصية متكونة من 465 مفردة موزعة على العديد من الطبقات الاجتماعية.

¹ - بداني فؤاد: سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية – دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم- ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية ، علم اجتماع الاتصال ، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2015-2016، ص 16.

وقد توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- أن الصحفي هو ذلك الاعلامي الشاب الذي تخرج من الجامعة بمؤهلات، و هو ذلك المجند و الموظف بتبليغ رسائل الدولة للشعب بالمفهوم الاشتراكي للقائم بالإعلام.
- أن الرسالة الاعلامية تحتوي على العديد من القيم الاخبارية المهمة و التي تزيد من درجة ارتباط الجمهور بالإذاعة، و من هذه القيم كانت الحالية و الأنوية - أي الجودة- من بين القيم الواردة في النشرات، أيضا أن القيم الاجتماعية و المكانية و ارتباط أخبار الإذاعة بالشؤون المحلية للمجتمع المحلي بولاية مستغانم.
- اعتماد الإذاعة على نوع الخبر كقالب صحفي متميز في الأداء الإخباري و الذي يسمح بالتحكم في الوقت و درجة الموضوعية في تناول الأخبار والأحداث.
- أن جمهور إذاعة مستغانم هم فئة الشباب بنسبة كبيرة، و أنه راضي بدرجة معتبرة و متوسطة على الأداء الاعلامي لإذاعة مستغانم، و أن هذا الجمهور من فئة متعلمة تتراوح بين الجامعة و الثانوية بدرجات متقاربة.¹

حدود الاستفادة من الدراسة:

اتضح لنا من خلال الدراسة السابقة أن الإذاعة المحلية تعتمد بشكل كبير على مصادر موثوقة و رسمية في تلقيها للمعلومات حول الأخبار المختلفة التي تقدمها في قوالب إخبارية أو رسائل اعلامية تتميز بقيم إخبارية متعددة كالصدق أو الجودة و الحداثة ، فالإذاعة المحلية تسعى لإرضاء الجمهور المتلقي من خلال الاهتمام بالوظائف الإخبارية على أكمل وجه و متابعة كل ما هو جديد و آني و الابتعاد قدر الإمكان عن الوقوع في الروتين و التكرار، حتى لا يحدث نفور من قبل الجمهور المستقبل.

¹ - بداني فؤاد: سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية- دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم- ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية ، علم اجتماع الاتصال ، جامعة وهران2 محمد بن أحمد، 2015-2016 ، ص 304.

الدراسة الرابعة:

مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير من إعداد الطالبة البقيع آدم إسحاق أبو الزاكي، بعنوان : دور الإذاعات المحلية في تحقيق التنمية – دراسة تطبيقية على برامج إذاعة نيالا 2010م. دفعة 2012.

تمحورت الإشكالية الرئيسية للدراسة في السؤال التالي: لماذا التنمية؟ وما هو دور الإذاعة المسموعة في تحقيق وظيفة التنمية؟

وتفرعت منها الأسئلة الفرعية التالية:

- ما دور وسائل الاتصال في عكس الأنشطة التنموية وتنفيذها بمناطق الاحتياج؟
 - هل استطاعت إذاعة نيالا عبر برامج راديو المجتمع أن تساهم في حل القضايا التنموية ، و تلبي احتياجاتهم التنموية؟
 - هل تعتبر الإذاعة المسموعة وسيلة محلية لتسريع عملية التنمية في السودان؟
 - ما هي الأشكال البرمجية التي استخدمتها إذاعة نيالا لعرض قضايا التنمية؟
 - ما هي أفضل الأوقات لتقديم البرامج التي تعنى بالتنمية؟
 - كيف حققت إذاعة نيالا عبر برامج راديو المجتمع التنمية بالمحليات المختلفة؟¹
- استخدمت الباحثة المنهج التحليلي الوصفي في هذه الدراسة، واعتمدت على عدد من الأدوات مثل: الاستبيان، المقابلة والملاحظة. وقد تم اختيار عينة الدراسة عشوائيا من الجمهور الخارجي الذي يمثل المستمعين للإذاعة والجمهور الداخلي المتمثل في العاملين بالإذاعة.

¹ - البقيع آدم إسحاق أبو الزاكي: دور الإذاعات المحلية في تحقيق التنمية، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير، كلية الدراسات العليا – كلية علوم الاتصال- تخصص إذاعة وتلفزيون، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2012م، ص ص 02،03.

و توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

- ضعف الميزانية المخصصة للإذاعة.
- قلة المعدات اللازمة من أجهزة التسجيل ووسائل الحركة لمتابعة الأحداث لتقديم خدمة إذاعية متكاملة في كل المجالات.
- صعوبة الاتصال بين الإذاعة والمستمع خارج الحدود وخصوصا المناطق الريفية.
- عدم توفر الدعم اللازم لمقابلة إنتاج البرامج لأن العمل بأستوديو واحد للتسجيل و المونتاج و البث أثر سلبا على الأجهزة.
- من المشاكل التي تواجه الإذاعة البيروقراطية المفرطة في النمط الإداري مما أثر سلبا على أداء العمل.¹

حدود الاستفادة من الدراسة:

من خلال ما تم عرضه في الدراسة السابقة تبين أن الإذاعة المحلية لها دور كبير و فعال في احداث التنمية الاجتماعية من خلال بث برامج تنموية للجمهور المستمع، لذا فهي - الإذاعة - تلعب دورا بالغ الأثر في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية تمثل في تحويل المجتمعات من التخلف إلى التحضر. بحكم سهولة تعامل سكان المناطق الريفية مع الراديو، فكان لها إلا أن تقدم برامج تعنى بالتنمية و قضايا إنسان الريف في قوالب خبرية حققت العديد من النجاحات بتحديد الاحتياجات و استقطاب الدعم تحت شعار (استمع، شارك و اتخذ القرار).

¹ - البقيع ادم إسحاق أبو الزاكي: دور الإذاعات المحلية في تحقيق التنمية، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير، كلية الدراسات العليا - كلية علوم الاتصال - تخصص إذاعة و تلفزيون، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، 2012م، ص 09.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

منهج الدراسة:

يقصد بالمنهج الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة موضوع ما.

ويعرف منهج البحث العلمي بأنه:

أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها و بالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة.¹

يعرف أيضا على أنه: "أسلوب منظم للتفكير يعتمد على الملاحظة العلمية و الحقائق و البيانات لدراسة الظواهر الاجتماعية و الاقتصادية دراسة موضوعية بعيدة عن الميول و الأهواء الشخصية للوصول إلى حقائق علمية يمكن تعميمها و القياس عليها".²

وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى معرفة الدور الذي تقوم به الإذاعة المحلية لتعريف و تقديم المؤسسات الناشئة، فإن المنهج المناسب لها هو المنهج الوصفي.

يعرف المنهج الوصفي بأنه: "مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتمادا على جمع الحقائق و البيانات و تصنيفها و معالجتها و تحليلها تحليلا كافيا و دقيقا، لاستخلاص دلالتها و الوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث".³

¹ - محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، 2019، ص 35.

² - سعد سلمان المشهداني: منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2019، ص 119.

³ - المرجع السابق، ص 126.

مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث بأنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي.¹

يعرف أيضا بأنه "مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكثر الذي يريد الباحث دراسته ويتم تعميم النتائج على كل المفردات".²

و بناءً على إشكالية الدراسة، وقصد الإحاطة بجوانب الموضوع اعتمدنا على مجتمع بحث متمثل في كل الإعلاميين و الصحفيين العاملين بإذاعة تبسة، و المقدر عددهم ب 13 مفردة. و بما أن مجتمع البحث صغير فإن الدراسة لا تحتاج إلى تحديد عينة، بل اتبعنا أسلوب المسح الشامل الذي يعرف بأنه:

"دراسة شاملة، و محاولة لجمع البيانات و تحليل و تفسير و تقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة و وقت معين".³

يعرف أسلوب المسح الشامل أيضا بأنه:

طريقة جمع البيانات و المعلومات من و عن جميع عناصر أو مفردات مجتمع الدراسة بأساليب مختلفة.⁴

أدوات الدراسة:

إن الاختيار الصحيح لأدوات جمع البيانات المناسبة للظاهرة المدروسة يعد دعامة أساسية في الوصول إلى بحث علمي دقيق و ذو نتائج مضبوطة، حيث تعتبر هذه الأدوات و وسائل يستخدمها الباحث لتحصيل البيانات و المعطيات المتعلقة بموضوع دراسته. و هي تعرف على أنها:

مجموعة من الإجراءات و أدوات التقصي المستعملة منهجيا و التي تخدم أغراض البحث و أهدافه، أين يتم تحديدها وفقا لمجتمع البحث و العينة المأخوذة منه".⁵

¹ - مورييس أنجريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصبية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2006، ص 298.

² - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، د. د. ن ، ط1، مصر، 2005، ص 204.

³ - محمد سرحان علي المحمودي: مرجع سابق، ص 51.

⁴ - ربيعي مصطفى عليان: البحث العلمي أسسه. مناهجه و أساليبه. إجراءاته، د. ط، بيت الأفكار الدولية للنشر و التوزيع، الأردن، د. س، ص 160.

⁵ - محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاح: مناهج البحث في علوم الاعلام و الاتصال و طريقة إعداد البحوث، ط1، دار الحامد للنشر و التوزيع، الجزائر،

وقد وقع اختيارنا في هذه الدراسة على أداة جمع البيانات المتمثلة في: الاستبيان، لتحقيق أهداف البحث وجمع المعلومات الكافية.

تعريف الاستبيان:

يعرفه أحمد مرسلي بأنه: تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة.¹

يعرف أيضا على أنه مجموعة من الأسئلة و الاستفسارات المتنوعة، و المرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف، التي يسعى إليها الباحث بظوء موضوعه و المشكلة التي اختارها لبحثه.²

اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات و المعطيات من مجتمع البحث من أجل تصنيف البيانات و تبويبها مما يساعد في الحصول على نتائج دقيقة و مضبوطة، و قد تم تصميم الاستمارة على أساس التساؤلات الفرعية التي جاءت في هذا البحث، و احتوت هذه الأخيرة على 22 سؤال موزعة على خمسة محاور أساسية تمثلت في:

- المحور الأول: البيانات الشخصية و التي تتمحور حول: الجنس، السن، الحالة العائلية، المستوى التعليمي، التخصص.
- المحور الثاني: مكانة البرامج الاقتصادية و التنموية في الباقة البرمجية لإذاعة تبسة المحلية، و اشتمل 06 أسئلة.
- المحور الثالث: مساهمة إذاعة تبسة في التعريف بالتجارب الناجحة للمؤسسات الناشئة على مستوى الولاية، و تضمن سؤاليين.
- المحور الرابع: الأساليب التوعوية التي تتبعها إذاعة تبسة لتشجيع الشباب على تأسيس استحداث مؤسسات ناشئة، و اشتمل هذا المحور سؤاليين.
- المحور الخامس: الاقتراحات التي تطرحها إذاعة تبسة للتلب على المشاكل التي تواجه المؤسسات الناشئة على مستوى الولاية، و اشتمل 07 أسئلة.

¹ - أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر، الجزائر، 2010، ص 220.

² - محمد سرحان علي المحمودي، مرجع سابق، ص 126.

يوم 04 ماي 2023 قمنا بتوزيع 13 استمارة استبيان في مؤسسة الإذاعة الجهوية من تبسة، على مجتمع البحث المتمثل في الإعلاميين و الصحفيين، و استرجعنا منها 09 استمارات فقط، في حين الأربعة الباقية تم ضياعها.

بعد استرجاعنا لاستمارات الدراسة قمنا بمراجعتها للتأكد من صحة البيانات الموجودة فيها، ثم بدأنا بتفريغ البيانات في أوراق و تبويبها يدويا بطريقة منظمة متبعين في ذلك ترتيبها في محاور الاستمارة الخمسة، و فور الانتهاء من هذه العملية قمنا بحساب النسبة المئوية لكل سؤال على حدى باستعمال طريقة الحساب الثلاثية و المتمثلة في: التكرار $\times 100$

عدد التكرارات

ثم شرعنا في تسجيل النتائج رقميا باعتماد جداول إحصائية بسيطة، و التي يعرفها "أحمد بن مرسل" كالاتي: "تتكون الجداول الإحصائية البسيطة من بيانات متعلقة بمتغير واحد، و هي تتكون من عمود التكرار، و عمود النسب المئوية، و من حقول حالات هذا المتغير، إلى جانب الحقل الخاص بالمجموع في الأسفل".¹

بعد قيامنا بحساب مدى التكرارات و تدوين النتائج في الجداول الإحصائية البسيطة، قمنا بالتعليق على هذه الجداول و تحليلها كيفيا بتقديم بعض التفسيرات للنتائج التي توصلنا إليها. مع الاستعانة ببعض الرسومات التوضيحية المتمثلة في الدوائر النسبية، و ذلك بغية توضيح القيم التكرارية المدونة في كل جدول.

مجالات الدراسة:

- المجال المكاني:

يتمثل في ولاية تبسة و بالتحديد في مؤسسة الإذاعة الجهوية من تبسة الواقع مقرها بحي 200 سكن طريق قسنطينة. و قد تم اختيارها للأسباب التالية:

- * قرب الموقع من الجامعة.
- * وجود جوانب اتصالية مختلفة داخلها.
- * وجود المعلومات الكافية حول موضوع الدراسة.

¹ - أحمد بن مرسل: مرجع سابق، ص 344.

- المجال الزمني:

أجريت الدراسة خلال الموسم الجامعي 2023/2022، حيث بدأنا بتجميع المراجع الخاصة بموضوع البحث في شهر نوفمبر، ثم قمنا بصياغة الاشكالية و الإطار المنهجي للدراسة مع بداية السداسي الثاني. و في بداية شهر فيفري شرعنا في تدوين الجانب النظري بالاعتماد على مجموعة من الكتب و المقالات العلمية، إلى غاية شهر مارس 2023.

أما الجانب التطبيقي فكان بعد العطلة الربيعية حيث قمنا ببناء استبيان الدراسة الذي تم توزيعه على مجتمع البحث في إذاعة تبسة يوم 04 ماي 2023. و في 06 ماي 2023 بدأنا بتفريغ البيانات و القيام بالمعالجة الكمية و الكيفية لها.

- المجال البشري:

و هو يضم الفئة التي تطبق عليها الدراسة، حيث قمنا بإجراء البحث الميداني على مجموعة الإعلاميين و الصحفيين العاملين في إذاعة تبسة الجهوية.

صعوبات الدراسة:

من أبرز الصعوبات التي واجهتنا عند قيامنا بهذه الدراسة ما يلي:

- قلة المراجع المتعلقة بالمتغير الأول (الإذاعة المحلية)، و صعوبة الوصول إليها عبر المواقع الالكترونية.
- عدم وجود أي رد من الجامعة المركزية بخصوص قائمة مؤسسي الشركات الناشئة و الطلبة المقبلين على إنشاء المشاريع الابتكارية، حيث باءت كل محاولتنا بالفشل مما صعب اختيار مجتمع الدراسة.
- كثافة العمل بمؤسسة الإذاعة الجهوية من تبسة مما صعب مهمة التواصل المباشر مع الصحفيين و للإعلاميين العاملين بها.

الفصل الثاني: إطار نظري حول الإذاعة و المؤسسات الناشئة.

أولاً: ماهية الإذاعة

- 1- قصة ظهور الإذاعة
- 2- أهمية الإذاعة المحلية
- 3- خصائص الإذاعة المحلية
- 4- أهداف ووظائف الإذاعة المحلية
- 5- الإذاعة المحلية في الجزائر

ثانياً: عموميات حول المؤسسات الناشئة

- 1- مفهوم المؤسسات الناشئة ودورة حياتها
- 2- خصائص و مميزات المؤسسات الناشئة
- 3- أنواع المؤسسات الناشئة
- 4- المؤسسات الناشئة في الجزائر
- 5- مصادر و إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر

الفصل الثاني: إطار نظري حول الإذاعة والمؤسسات الناشئة.

أولاً: ماهية الإذاعة.

1/ قصة ظهور الإذاعة:

إن اختراع الإذاعة جاء نتيجة لجهود العديد من العلماء و الباحثين في مختلف التخصصات، من مختلف أنحاء العالم و انطلقت تطوراتها من دراسات و أبحاث عديدة في علوم الطبيعة، و البصريات، و الرياضيات، و أبحاث الضوء و الكهرباء و التلغراف، إلى أن تم اكتشاف الموجات الصوتية من خلال تحويل الصوت إلى موجات كهرومغناطيسية.¹ و التي اكتشفها "جيمس ماكسويل James Maxwell" الذي توصل في عام 1865م إلى إثبات وجود الموجات الكهرومغناطيسية، و أن هذه الموجات قادرة على الانتقال خلال الهواء بسرعة الضوء ثم جاء العالم الألماني "هنريك هرتز Henric Hertz" الذي أكمل أبحاث ماكسويل فأثبت صحة نظريته.² و تمكن من اكتشاف الموجات الصوتية و ووجد لها وحدة قياس بالهرتز عام 1888م، ثم تلاه اكتشاف العالم الإيطالي (ريجي) عام 1891م.³

و في عام 1895 نجح الشاب الإيطالي "جوليلمو ماركوني" في إرسال رسائل مشفرة يصل مداها إلى نحو ميل و توصل إلى أول تلغراف لاسلكي يعرفه العالم. و قد قام ماركوني بتقديم اختراعه للحكومة الإيطالية محاولاً إقناعها بتمويله و لكن الحكومة رفضت ذلك بحجة أن الجهاز لا قيمة له. الأمر الذي دفع ماركوني إلى الرحيل إلى إنكلترا حيث حصل في عام 1897 على براءة بااختراع التلغراف اللاسلكي كما حصل على الدعم المالي اللازم لتطوير الجهاز الجديد. و بحلول عام 1901 كان ماركوني قد طور جهازاً أكثر قوة تمكن من خلاله من نقل الرسائل اللاسلكية عبر المحيط الأطلسي و قد عرف جهاز ماركوني باسم الراديو و كان كبير الحجم و ثقيل للغاية و لا تحمله السفن الكبيرة.⁴

¹ - مصطفى حميد كاظم الطائي: الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع، ط1، دار الوفاء لنديا للطباعة و النشر، الإسكندرية، 2007، ص ص 16، 17.

² - إياد عمر أبو عرقوب: الاعلام الإذاعي و التلفزيوني نظرة إعلامية.. هندسية.. مهنية، ط1، دار البداية، الأردن، 2012م، ص 43.

³ - المرجع السابق، ص 17.

⁴ - فؤاد الساري: وسائل الاعلام النشأة و التطور، د ط، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2015، ص 305.

أسس ماركوني شركة للاتصالات السلكية واللاسلكية في بريطانيا أسماها باسمه، وكان الهدف منها تبادل البرقيات لاسلكيا إذ لم تكن الإذاعة في بال أحد آنذاك. وعندما نجح ماركوني في نقل إشارات التلغراف اللاسلكية عام 1901م من انكلترا إلى نيوفوندلاند إلى مسافة تزيد على ألفي ميل، اقتنع بعدها أنه بالإمكان نقل الصوت إلى كافة أرجاء العالم.¹

وفي عام 1912م التقط "دافيد سارنوف" الذي كان يعمل في شركة ماركوني الأمريكية إشارة استمع إليها تفيد باصطدام الباخرة "تايتانيك" بكتلة ثلجية وأخذ ييثر ما سمعه على العالم عبر جهازه اللاسلكي مستنجدا ببعض سفن الإنقاذ القريبة من مكان الحادث.²

و في حوالي عام 1917 استطاعت إحدى الشركات الأمريكية أن تبني جهاز الالتقاط في صندوق صغير مبسط ويشبه جهاز الإذاعة (الراديو) الحالي.³

وبذلك تم نقل الأصوات بوضوح تام، وأول محطة راديو قدمت برنامجا منتظما كانت في بيتسبرج بولاية بنسلفانيا بالولايات المتحدة، وقد بدأت تذيع برامجها في 2 نوفمبر 1920 و وافق افتتاحها إجراء الانتخابات على رئاسة الولايات المتحدة.⁴

وتزامنا مع هذه الأحداث كان البرنامج الأساسي لهذه المحطة يشتمل على نتائج الانتخابات الأمريكية، فيقوم المذيع ببثها عبر لاقط الصوت لتصل إلى مختلف الأماكن بنيويورك.

تبعتها في العام الموالي 1921 أول محطة إذاعية تجارية (W.B.T) في ماساشوستس، و توالى محطات الإرسال وتضاعف عددها حتى بلغ عام 1995م 578 محطة وفاق عدد أجهزة الاستقبال 3 ملايين جهاز ليصل سنة 1929 عشرة ملايين جهاز استقبال.⁵

و سرعان ما توالى الحملات التطويرية للراديو والإرسال الإذاعي حتى انتشرت انتشارا واسعا في جميع أنحاء العالم، وأصبحت الإذاعات تبث برامج متنوعة تلبي رغبات وأذواق الجماهير المختلفة مما ساعدها في أن تكون من أقوى الوسائل الإعلامية.

¹ - مصطفى حميد كاظم الطائي: مرجع سابق، ص 17.

² - عيسى محمود الحسن: العمل الإذاعي ماهيته.. طبيعته.. مبادئه، د ط، دار الزهران للنشر والتوزيع، الأردن، ص 47.

³ - المرجع السابق: ص 48.

⁴ - محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 154.

⁵ - رضوان بلخيري: مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 134.

2/ خصائص الإذاعة المحلية:

للإذاعة المحلية مجموعة من الخصائص أو المميزات التي تميزها عن الإذاعات الدولية، و من بين أهم هذه الخصائص نذكر ما يلي:

✚ محتوى المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية تابع ومستمد من المجتمع المحلي ذاته، ولخدمته، بحيث تعكس البرامج المختلفة عادات السكان وتقاليدهم وتراثهم واهتماماتهم.

✚ تتحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف وتخطبه بها، وقد يظهر فيها أيضا لهجة سكان المنطقة المستهدفة.¹

✚ تتفاعل الإذاعة مع المجتمع الذي تغطيه، فهي تبث له برامج تقصد بها خلق تأثير في مجالات عدة، كما يمكن أن تفتح لجمهورها داخل هذا المجتمع فرصة المشاركة في بعض البرامج.

✚ نقل أشغال المواطن إلى السلطات المحلية، فلقد أدركت السلطات أهمية الإذاعات المحلية في تعزيز البناء الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي على المستوى الوطني كما أدرك المواطن أن انشغالاته قد تصل إلى السلطات المحلية بوجود هذه الإذاعات.²

✚ تكون الإذاعة المحلية على اتصال وثيق بأجهزة الحكم المحلي وتسير سياسته.

✚ تعتمد على المراسلين داخل القرى و البلديات التابعة للمنطقة التي تبث فيها، حيث يقدم هؤلاء تقارير حول أحداث هذه التجمعات الصغيرة.³

✚ الجمهور المستهدف في الإذاعات المحلية هو جمهور مجتمع محلي من حيث العدد قياسا بالإذاعات القومية والعالمية من حيث المواد التي تقدمها، نابعة ومستمدة من المجتمع ذاته حيث تعكس عادات الناس اليومية وتراثها ونمط حياتهم.⁴

إن الإذاعة المحلية تخاطب جمهورا معيناً، له خصائص وارتباطات اجتماعية وأنماط خاصة، لذا فهي تعبر عن واقع ذلك الجمهور المستهدف من خلال بثها لبرامج مختلفة عن التراث الفكري الخاص به، بحيث تقدم له نصائح وخدمات متنوعة، لذا وجب عليها أن تكون علاقات وطيدة بالسلطات المحلية حتى تتمكن من تحقيق مطالب المجتمع المحلي وتقديمها للإدارة المحلية وتأييدها وظيفتها الإعلامية على أكمل وجه.

¹ - طارق الشاري: الإعلام الإذاعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 180.

² - قدوري عبد القادر: مرجع سابق، ص 345، 346.

³ - رشيد خيضر: مرجع سابق، ص 109، 110.

⁴ - صالح محمد حميد: دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، د ط، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 92.

3/ أهمية الإذاعة المحلية:

تعتبر الإذاعة المحلية المسموعة إحدى الوسائل المستخدمة في عمليات التنمية الاجتماعية حيث تهتم بنشر المعرفة و نقل المعلومات بسرعة و فورية متخطية حاجز الحدود المكانية و العوائق الجغرافية و حاجز الأمية.

و تعد من أكثر أشكال الإذاعات قريبا من الجمهور بمفهومه التقليدي، و من ثم فهي مرشحة للتفاعل الاجتماعي من ناحية، و من ناحية ثانية إذا ما توفرت لها التكنولوجيا تستطيع أن تكون تفاعلية عن جدارة.¹

و كون بعض هذه الإذاعات ذات صلة بمؤسسات غير ربحية فإنها تقوم ببناء شراكات مع هذه المؤسسات و مؤسسات أخرى بهدف تنمية المجتمعات.²

إن للإذاعة أهمية كبيرة للمستمعين فهي تساهم و على نحو كبير في رسم الإطار النفسي لهم. و من هنا نجد أن الإذاعة تخلق جوا إيقاعيا لاستقبال يوم جديد بهمة و نشاط و إمتاع المستمع في ذلك من خلال البرامج المتنوعة ثم توديعه بهدوء و سكينه.³

و من خلال ما سبق يمكن القول أن الإذاعة المحلية من أكثر وسائل الإعلام انتشارا و استخداما في المجتمعات المحلية لما لها من أهمية بالغة في وصل و ربط المواطنين المحليين بأجهزة الحكم المحلي، باعتبارها - الإذاعة المحلية - وسيلة إعلامية تابعة للدولة من جهة و أفراد المجتمع من جهة أخرى.

¹ - صالح محمد حميد: مرجع سابق، ص 89.

² - طارق الشاري: مرجع سابق، ص 182.

³ - رضوان بلخيري: مرجع سابق، ص 134.

4/ أهداف ووظائف الإذاعة المحلية:

1/4- أهداف الإذاعة المحلية:

تسعى الإذاعة المحلية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المختلفة تتمثل في:

- المساهمة في توحيد فكر الأمة، وترويج السياسات القومية والأهداف التنموية.
 - تحسين البيئة الريفية و رفع مستواها، وإحداث تغييرات سياسية و اجتماعية ملموسة، و الأخذ بأسباب التقدم و نشر الديمقراطية.
 - نشر الخدمات الصحية، و الترويج للصناعات الجديدة و الإسراع بعمليات التغيير و جعلها أكثر قبولا لدى الجماهير.¹
 - نشر و تعميق المفاهيم و المبادئ و القيم الدينية و الحضارية و الإنسانية.
 - ملاحقة الأحداث الهامة السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و بذل أقصى الجهود للحصول على الحقائق بأسرع السبل و طرحها على الجماهير في وقتها بكل الصدق و الأمانة و الموضوعية.²
- ومنه نستنتج أن للإذاعة المحلية هدف أساسي ألا وهو محاولة الاقتراب من المجتمع المحلي من أجل تبني كل متطلباته و تقديمها للسلطات المحلية، كما أنها تسهر على تقديم نصائح و حلول من خلال البرامج التي تبثها.

¹ - حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار: الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2008، ص 35.

² - محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 183.

2/4- وظائف الإذاعة المحلية:

للإذاعة المحلية وظائف عديدة وفعالة في المجتمع تميزها عن غيرها من وسائل الإعلام، و من بين هذه الوظائف والتي تنفرد بها دون غيرها نذكر:

مراقبة البيئة والأخبار الإقليمية: يقول الأستاذ "محمد حسين هيكل" "أستطيع أن أعيش إذا قلت لي كل ما يجري و بدون آراء، ولكن كيف أعيش بالأراء وحدها دون أن أعرف ما جرى". انطلاقا من هذه المقولة تكتسي الأخبار أهمية كبرى في المجتمع، فمن خلالها يؤسس الأفراد معارفهم و يبنون أحكامهم و تصوراتهم إزاء ما يجري من حولهم، و من ثم يستقون ثقافة تصريف شؤونهم اليومية.¹

الوظيفة الاجتماعية: يتفق علماء الاجتماع و علماء النفس الاجتماعي على أن الإذاعة تلعب دورا هاما و أساسيا في عملية التنشئة الاجتماعية و ذلك بنقل أنماط و تغيير سلوكيات اجتماعية معينة، هذا لأن الإذاعة ترتبط بالحياة الاجتماعية للمستمع من خلال اشتراكها مع العائلة و المدرسة و حتى مع الوسائل الإعلامية الأخرى.²

الوظيفة التربوية الثقافية: وهي وظيفة ليست أقل شئنا عن سابقاتها من الوظائف حيث تشجع الإذاعة على التعليم و اكتساب المعارف، و الحصول على المعلومات و خبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات و الارتقاء بالسلوك و الاجتماعي، إنها تقوم على تثقيف الجماهير و تلبية احتياجاتهم الفكرية و النفسية و الارتقاء بمستوياتهم الثقافية و الحضارية.³

وظيفة التسلية: و قد تقوم الإذاعة المحلية بالجمع بين وظيفة التثقيف و الترفيه في آن واحد من خلال بث برامج ترفيهية و مسابقات تسلية أو أغاني و احتفالات رسمية بغية جذب الجمهور المستمع و تثقيفه و الترفيه عنه.

¹ - رشيد خيضر: مرجع سابق، ص 109.

² - رضوان بلخيري: مرجع سابق، ص 138.

³ - بداني فؤاد: سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية - دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم-، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، علم اجتماع الاتصال، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2015-2016، ص 57.

5/ الإذاعة المحلية في الجزائر:

يعود تاريخ إنشاء أول إذاعة بالجزائر إلى العشرينات من القرن الماضي، من طرف الاحتلال الفرنسي وكانت تابعة له، واستعملها لتكريس الفكر الاستعماري وخدمة الأقلية الفرنسية والأوروبية المتواجدة في الجزائر بشمال البلاد على المناطق الساحلية. وكان أول تواجد لهذه الإذاعة سنة 1924م في الجزائر العاصمة، عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعد قوتها 100 واط ثم ارتفعت إلى 600 واط.¹ وكانت من نشأتها تابعة لها إلى غاية 1945، ثم تم إقامة محطتين للإرسال في قسنطينة أحدهما تُذاع باللغة الفرنسية وأخرى باللغة العربية وهذا بغية خدمة حاجيات الأقلية الأوروبية المتواجدة في المناطق الساحلية.²

ومع نهاية الحرب العالمية الثانية بذلت السلطات الفرنسية مجهودا لتغطية الجزائر بالبث الإذاعي، فقامت بزيادة المحطات، وعملت على تقوية الإرسال، حتى صار الإرسال الإذاعي يغطي الجزء الأكبر من الجزائر، إذ وصلت قوة الإرسال الإجمالي سنة 1954م إلى 322 كيلو واط.³

تمكنت الجزائر بعد مخاض ثوري وإعلامي عسير من الاستقلال وبسط السيادة الوطنية على الإذاعة والتلفزيون في 28 أكتوبر 1962، فعمل الصحفيين والتقنيين الجزائريين على رفع التحدي لإدارة وتسيير الإذاعة والتلفزيون والتغلب على صعوبات التكوين، في الوقت الذي اعتقدت فيه الإدارة الاستعمارية فشلهم في ذلك وأن البث سيتوقف برحيلهم، ذلك التسيير الذي جاء كإبداع من وحي الضرورة، في المرحلة الانتقالية من استقلال الجزائر، فعملوا على تعزيز صرح الإذاعة الوطنية التي كانت جزءا من مؤسسة تضم الإذاعة والتلفزيون الوطني.⁴

¹ - طاهري لخضر بن العيد: أهمية ووظائف الإذاعة المحلية في الجزائر، مجلة الحوار الثقافي، الجلفة، المجلد 09، العدد 02، 2020، ص ص 62، 63.

² - رضوان بلخيري: مرجع سابق، ص 149.

³ - طاهري لخضر بن العيد: مرجع سابق، ص 63.

⁴ - خيري نورة: محطات تاريخية من مسيرة الإذاعة الجزائرية إبان الاستقلال، مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والإنسانية، قسنطينة،

المجلد 2، العدد 07، 2019، ص ص 303، 304.

1/5- أسباب تأسيس الإذاعات المحلية في الجزائر:

من أهم أسباب انتشار وإنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر ما يلي:

- الانتشار الكبير لأجهزة الراديو دفع الجزائر لإقامة نظام للاتصال السمعي حتى لا تبقى في معزل عن مسايرة الأحداث والتطورات في العالم ومواجهة الإعلام بالإعلام.¹
- عجز البرامج الوطنية عن التغطية الكاملة لكل أرجاء الوطن مما أتاح المجال أمام القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية وبعض القنوات العربية من النفوذ إلى المواطنين الجزائريين، و جاء إنشاء الإذاعات المحلية لتغطية الفراغ الإعلامي الذي تعاني منه المناطق البعيدة التي تعاني من العزلة الثقافية والإعلامية، حتى تكون منبرا ثقافيا محليا، وتحفز المجتمعات المحلية على التنمية في كافة المجالات.
- وجود الحاجة الدائمة والملحة للمعلومات ذات الطبيعة المحلية، والتي لا يمكن للإذاعة الوطنية المركزية أن تلبى ذلك، فلا يمكنها أن تغطي كل أجزاء الدولة بلهجتها وثقافتها.
- إتاحة الفرصة للأفكار المبدعة والمواهب المحلية في الظهور والانتشار، واستغلالها في خدمة المجتمع وخاصة المحلي من خلال الأفكار التي نشأت من البيئة المحلية والتي تنطلق من إطار معرفي واحد.²

¹- طاهري لخضر بن العيد: مرجع سابق، ص 72.

²- المرجع السابق: ص 72، 73.

ثانيا: عموميات حول المؤسسات الناشئة.

1/ مفهوم المؤسسات الناشئة ودورة حياتها:

1/1- مفهوم المؤسسات الناشئة:

بعد التعاريف السابقة التي ذكرناها يمكن القول أن المؤسسات الناشئة هي مؤسسات حديثة النشأة تبنى على أساس فكرة مبتكرة من طرف مقاول يتميز بخصائص معينة وهدفها النمو الذي تحققه سريعا، كما لا يمكن حصرها في المجال التكنولوجي، بحيث تواجه خطرا عاليا بالفشل كونها تعتمد على منتوجات أو خدمات مبتكرة تخترق بها أسواق غير مشبعة أو تخلق أسواقا جديدة كليا و بالتالي هي تعمل في ظروف عدم التأكد الشديد لذا يقوم المؤسسون بتصميم نموذج أعمال قابل للتطوير بشكل فعال¹.

2/1- دورة حياة المؤسسات الناشئة:

من خلال التعريف المقدم أعلاه قد يخيل إلينا أن ما يميز المؤسسات الناشئة Startup هو النمو المستمر، إلا أن الواقع غير ذلك فهذه المؤسسات كثيرا ما تتعثروا تمر بمراحل صعبة وتذبذب شديد قبل أن تعرف طريقها نحو القمة، ويمكن ابراز ذلك من خلال المنحنى التالي والمصمم من قبل Paul Graham:

الشكل 01: منحنى المؤسسة الناشئة Startup.



المصدر: بو الشعور شريفة: دور حاضنات الأعمال في دعم و تنمية المؤسسات الناشئة startup دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، سكيكدة، المجلد04، العدد02، 2018، ص 421.

¹ - حسين يوسف، صديقي اسماعيل: مرجع سابق، ص 71.

و من خلال الشكل أعلاه يمكن القول بأن الشركات الناشئة تمر بست مراحل أثناء تكوينها تتمثل في:

المرحلة الأولى: تبدأ قبل انطلاق المؤسسة الناشئة، حيث يقوم شخص ما، أو مجموعة من الأفراد بطرح نموذج أولي لفكرة إبداعية أو جديدة أو حتى مجنونة، و من خلال هاته الفكرة يبدأ التعمق في البحث و دراسة الفكرة جيدا للتأكد من امكانية تنفيذها على أرض الواقع و تطويرها و استمرارها في المستقبل. و البحث عن من يمولها، و عادة ما يكون التمويل في المراحل الأولى ذاتي مع إمكانية الحصول على بعض المساعدات الحكومية.¹

المرحلة الثانية: مرحلة الانطلاق: في هذه المرحلة يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج أو الخدمة، حيث تكون غير معروفة وربما أصعب شيء يمكن أن يواجه المقاول في هاته المرحلة هو أن تجد من يتبنى الفكرة على أرض الواقع و يمولها ماديا. في هذه المرحلة يكون المنتج بحاج إلى الكثير من الترويج كما يكون مرتفع السعر، و يبدأ الاعلام بالدعاية للمنتج.²

المرحلة الثالثة: مرحلة مبكرة من الإقلاع و النمو: يبلغ المنتج فيها الذروة، و يكون هناك حماس مرتفع ثم ينشر العرض، في هاته المرحلة يمكن أن يتوسع النشاط إلى خارج مبيكره الأوائل، فيبدأ الضغط السلبي حيث يتزايد عدد المعارضين للمنتج و يبدأ الفشل أو ظهور عوائق أخرى ممكن أن تدفع المنحنى نحو التراجع.

المرحلة الرابعة: الانزلاق في الوادي: بالرغم من استمرار الممولين المغامرين (رأس المال المغامر) بتمويل المشروع، إلا أنه يسمر في التراجع حتى يصل إلى مرحلة يمكن تسميتها وادي الحزن أو وادي الموت، و هو ما يؤدي إلى خروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة و أن معدلات النمو في هذه المرحلة تكون جد منخفضة.³

¹ - بسويح مني، ميموني ياسين، بوقطاية سفيان: واقع و آفاق المؤسسة الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، 2020، ص ص 407، 408.

² - بو الشعور شريفة: دور حاضرات الأعمال في دعم و تنمية المؤسسات الناشئة startup دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، سكيكدة، المجلد، العدد 02، 2018، ص 421.

³ - المرجع السابق، ص 422.

المرحلة الخامسة: تسلق المنحدر: يستمر رائد الأعمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على منتجه وإطلاق إصدارات محسنة، لتبدأ الشركة الناشئة بالهوض من جديد بفضل الاستراتيجيات المطبقة واكتساب الخبرة لفريق العمل ويتم اطلاق الجيل الثاني من المنتج وضبط سعره، وتسويقه على نطاق أوسع.

المرحلة السادسة: مرحلة النمو المرتفع: في هاته المرحلة يتم تطوير المنتج بشكل نهائي و يخرج من مرحلة التجربة والاختبار، و طرحه في السوق المناسبة وتبدأ الشركة الناشئة في النمو المستمر و يأخذ المنحى بالارتفاع، حيث يحتمل أن 20 إلى 30٪ من الجمهور المستهدف قد اعتمد الابتكار الجديد، لتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة.¹

¹ - بسويح منى، ياسين ميموني، بوقطاية سفيان: مرجع سابق، ص ص 408، 409.

2/ خصائص المؤسسات الناشئة:

يمكن تمييز خصائص أو مميزات المؤسسة الناشئة على النحو التالي:

نمو شركات جديدة: أي لم تكن موجودة سابقا كمؤسسة، وهذا المعيار يستثني المؤسسات التي أنشأت بإجراء تغييرات في الاسم أو الملكية أو الموقع أو الوضع القانوني، ويمكن الوصول لتاريخ إنشاء المؤسسات الجديدة بسهولة بالرجوع للسجلات.

مؤسسات لها فرصة النمو التدريجي والمتزايد: فكما سبق لنا الإشارة فمعنى Startup متعلق بالنمو والذي يمكن أن يكون سريعا.¹

المؤسسة الناشئة مؤسسة نشطة: فمن المهم حسب أغلب الفقه إضافة كلمة نشطة كمعيار ثان فلا تكون فقط جديدة و حسب بل ينبغي أن تنخرط أيضا في تجارة السلع أو الخدمات وقدرتها على التأقلم مع المحيط الخارجي و مرونة التفاعل مع المناخ الاستثماري و الانخفاض السلبي للتكاليف الرأسمالية فب مرحلة الإنشاء و قلة التدرج السلطوي.

المؤسسة الناشئة مؤسسة مستقلة: فلا يجب أن تكون المؤسسة حديثة الإنشاء و نشطة فحسب بل يجب أن تكون مستقلة أيضا حتى يتم اعتبارها مؤسسة ناشئة، فيجب أن لا تكون مؤسسة فرعية أو فرع لشركة قائمة، فتتميز بروح المبادرة فبإمكانها إنشاء العديد من الوحدات الصناعية التي تقوم بإنتاج تشكيلة متنوعة من السلع، و مدى مساهمتها في استراتيجية التنمية المحلية.²

¹ - بولقواس سناء: المؤسسات الناشئة في الجزائر: واقع التمويل و الدعم، مجلة قضايا معرفية، جيجل، المجلد 02، العدد 02، 2022، ص ص 98،99.

² - بوعكة كاملة: المؤسسات الناشئة في الجزائر واقع و تحديات، المجلة الجزائرية لقانون الأعمال، المسيلة، المجلد 03، العدد 01، ص ص 42،43.

كما تتميز المؤسسة الناشئة أيضا بمميزات أخرى يمكن ذكرها كالتالي:

- * تتميز المؤسسة الناشئة بدرجة عالية من المخاطر وهو ما يستوجب العمل الدائم للتقليل منها.
- * تتميز بقدرتها على توفير مناصب عمل، بما فيها اليد العاملة نصف الماهرة وغير الماهرة.
- * المساهمة في استراتيجية التنمية المحلية، بهدف توزيع السكان على أكبر مساحة ممكنة وتخفيف الضغط على المدن الكبيرة.
- * قدرتها على الابتكار وتطوير منتجات جديدة نظرا لانخفاض تكلفة ذلك ب 24 مرة مقارنة بالمؤسسات الكبيرة.
- * الانخفاض النسبي للتكاليف الرأسمالية في مرحلة الإنشاء و قلة التدرج السلطوي.
- * هي شركات تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها.¹

¹ - العلي قواسمية، سالم يعقوب: المؤسسات الناشئة: قراءة في المفاهيم، الواقع والأفاق والتحديات في الجزائر، وأهم التجارب العربية، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، الوادي، المجلد 04، العدد 01، 2022، ص 100.

3/ أنواع المؤسسات الناشئة:

من أهم أنواع الشركات الناشئة نذكر:

المؤسسات الناشئة الصغيرة والمتوسطة الحجم:

يتميز نشاطها بالصغر، أي أنها لا تنوي على الإطلاق أن ينمو عملها بشكل كبير على أن لا يزيد عن أكثر من 200 موظف و عامل على أقصى تقدير.

المؤسسات الناشئة الكبيرة:

هي تلك الفئة التي تشمل الشركات التجارية التي تهدف إلى الابتكار وإحداث موجات كبيرة في صناعتها وتحقيق النمو إلى درجات غير محدودة على الإطلاق على العكس تماما من الصغيرة والمتوسطة.¹

المؤسسات الناشئة الاجتماعية:

هي الشركات الناشئة التي تأخذ الطابع الاجتماعي، أي تلك التي تهدف إلى العمل في المجتمع الذي تنشأ فيه من أجل إصلاحه أو إحداث فارق فيه بشكل عام أو في قضية معينة داخله أو المساهمة بشكل إيجابي في قضية اجتماعية أو مسعى خيري من نوع ما.

المؤسسات الناشئة القابلة للتطوير:

هي تلك الشركات التي تكون مبنية أو يتم إنشاؤها بهدف توسيع نشاطها ونطاقها بشكل أكبر مع مرور الوقت لتصل إلى أن تصبح ضمن شركات ريادة الأعمال الكبرى في الصناعة أو المجال الذي تعمل فيه.

المؤسسات الناشئة القابلة للبيع:

هي تلك الشركات التي يتم إنشاؤها من البداية بهدف تطويرها وتوسيع عملها ونطاقها ومن ثم بيعها في صفقات ضخمة بعد أن تكون قد احتلت مكانة كبرى في السوق الذي تعمل فيه ووسط المنافسين من الشركات الأخرى العاملة في نفس مجالها أو صناعتها.²

¹ - شريف غياط، منيرة بوفرح: دور المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة قضايا معرفية، قامة، المجلد 02، العدد 02، 2022، ص 162.

² - المرجع سابق، ص 162، 163.

4/ المؤسسات الناشئة في الجزائر:

يعتبر موضوع الشركات الناشئة من أكثر المواضيع التي يسלט عليها الضوء في بيئة الأعمال الجزائرية مؤخرًا، وتجدر الإشارة أن الجزائر تأخرت قليلا في إطلاق هذا النوع من المشاريع خاصة في ظل التأخر التكنولوجي على مختلف الأصعدة، بالإضافة إلى ضعف الإنفاق الحكومي على البحث العلمي والتطوير الذي لم يتجاوز 07٪ من إجمالي الناتج المحلي سنة 2016 محتلة بذلك المرتبة 64 على المستوى العالمي.¹

قامت الحكومة الجزائرية بالتفكير في نموذج اقتصادي جديد بغية تشجيع الاستثمار و خلق مناصب شغل وتنويع الاقتصاد الوطني من جهة و من جهة ثانية مدّ اليد و الاهتمام بالشباب أصحاب المشاريع لتوفير فرص عمل و استرجاع الأدمغة الموجودة بالخارج.²

تعول الجزائر على المؤسسات الناشئة كمحرك اقتصادي هام، فاستحدثت صندوق لتمويلها و وزارة منتدبة تعنى بها، و بالنظر إلى واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر التي ارتفع عددها إلى أكثر من 500 مؤسسة مع بداية 2021 حسب الوزير المنتدب المكلف بالمؤسسات الناشئة و اقتصاد المعرفة "ياسين وليد"، و مع ذلك فإن المؤسسات الناشئة في الجزائر مرتبطة أساسا بالذهنيات مما يجعل الاستثمار فيها صعب جدا.³

من خلال ما تطرقنا إليه في واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر يمكننا القول أنها تعد ركيزة و قوة أساسية في تحريك عجلة الاقتصاد الوطني الجزائري من خلال استنادها على مبدأ الإبداع لذلك تعتبر من أفضل وسائل الإنعاش الاقتصادي نظرا لمرونتها و سهولة إنشائها التي تجعلها قادرة على الجمع بين التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الوقت نفسه.

¹ - عائشة بنو جعفر، إبراهيم طبوش أحمد: المؤسسات الناشئة في الجزائر: الواقع والتحديات، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 08، العدد 01، 2021، ص 96.

² - بن عياد جلييلة: دور المؤسسات الناشئة في التنمية الاقتصادية، مجلة الدراسات القانونية، بومرداس الجزائر، المجلد 08، العدد 01، 2022، ص 169.

³ - اسمهان بن لعلام، كريمة بنان: المؤسسات الناشئة في الجزائر الواقع و التحديات و فرص الانطلاق، مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 02، العدد 02، 2022، ص 16.

5/مصادر وإشكالية تمويل المؤسسات الناشئة:

اعتبر موضوع تمويل المؤسسات الناشئة أهم المشاكل التي تعترضها، لذا كان لابد من ابتكار أدوات تمويلية متعددة و متنوعة حتى تتماشى مع التطور و التنوع الذي شهدته الحاجات التمويلية، و لعل من نتائج التطور المستمر للوسائل التمويلية ظهور أنماط جديدة تختلف عن الأنماط التمويلية التقليدية.¹ و من أهم هذه الأنماط نذكر:

1- **التمويل الذاتي:** أي من خلال أمواله الخاصة و مدخراته المالية مع تسجيل مشروعه كمؤسسة ناشئة كون الحصول على هذه العلامة يتيح له الفرصة للحصول على العديد من الامتيازات التي تخفف عليه جزء من الأعباء المالية التي يمكن تخصيصها في تطوير و تنمية هذه المؤسسة.

كما يمكن كذلك لصاحب المؤسسة الناشئة الاستفادة في بداية المشروع إن كانت تكلفته اقل من 10 مليون دينار جزائري من الوكالة الوطنية لدعم و تنمية المقاولاتية التي تتيح له في حالة التمويل الذاتي للعديد من الامتيازات، و بعد تأسيس مشروعه يقدم ملفه للحصول على علامة مؤسسة ناشئة شرط أن لا يتجاوز عمر المشروع ثماني سنوات، و بالتالي يحصل على الإعفاءات لمدة أطول قد تصل إلى حوالي 12 سنة أو أكثر من تاريخ الإنشاء و لا يوجد أي مانع قانوني أمام ذلك.²

2- **قروض المشروعات الصغيرة:** معظم البنوك حاليا توفر برامج لتمويل المؤسسات الصغيرة، حيث تمتاز هذه الوسيلة بأن ملكية المؤسسة تبقى لصاحبها، كما أن البنوك تطلب العديد من الشروط و الالتزامات التي تفرض على الشخص الوفاء بها خلال فترات محددة. و هي تحتاج أيضا إلى تقديم وصف مفصل لقنوات إنفاق هذه التمويلات البنكية و هو ما يصعب التنبؤ به في مراحل مبكرة للمشروع.

3- **رأس المال المخاطر:** هو التزام متوسط و طويل الأجل من طرف مؤسسات كبرى و رجال أعمال يتمتعون بدرجة عالية من المخاطرة، و يكونون على استعداد لاستثمار مبالغ طائلة تقدر بملايين الدولارات لمساعدة مؤسسة ناشئة ذات فكرة واعدة على النمو و النجاح. الوسيلة الوحيدة للفوز بإحدى هذه الفرص هي التواصل الشخصي مع جهة التمويل لهذا ينصح بحضور المناسبات العامة التي توفر هذا التواصل باستمرار.³

¹ - بن عياد جلييلة: مرجع سابق، ص 164.

² - مغربي خيرة، صدوقي حميد: المؤسسات الناشئة بالجزائر و آليات دعمها و تمويلها، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، جامعة الشلف الجزائر، المجلد 08، العدد 02، ص 88.

³ - نور الهدى حمروش، كوثر بوترة: واقع تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية و الإدارية، عنابة الجزائر، المجلد 02، العدد 02، 2022، ص 252.

4- برامج المساعدة الحكومية: يمكن الحصول على رأس المال بأشكال متنوعة، سواء القابل للإرجاع أو غير القابل للإرجاع لأجل تطوير مشروع معين، أو قد يتخذ شكل قروض تفضيلية. أما بعض الهيئات الحكومية فتقدم برامج تمويلية للمؤسسة الناشئة بأقل تكلفة وإجراءات ميسرة.

تُغطي برامج المساعدة الحكومية جميع الأنشطة التي يمكن أن تقوم بها المؤسسات الناشئة والتي تنفذها المؤسسات الداعمة لريادة الأعمال والابتكار، أما تقديم الدعم يكون غير مباشر من خلال توفير المعدات المتخصصة أو المفردات بأسعار تفضيلية، إضافة إلى تزويدها بخدمات التدريب أو التوجيه أو الاستشارات أو الخدمات القانونية أو المحاسبة.¹

5- حاضنات الأعمال: يمكن أن تكون شركات أو جامعات أو مؤسسات أو منظمات ترغب في تزويدك بالموارد لبدء مشروعك، تشمل هذه الموارد المساحات المكتبية، أو المختبرات، أو التسويق، أو الاستثمارات، أو المال أو أي شيء آخر قد تحتاجه في المقابل تطلب المسرعات عادة حصة من الأسهم في الشركة.

تركز حاضنات الأعمال أو "المسرعات" بشكل عام على قطاع التكنولوجيا المتقدمة، حيث توفر الدعم للشركات الناشئة في مختلف مراحل التطوير، لكن قد تجد حاضنات محلية يمكن أن تحتضن مشاريع في مجالات أخرى، مثل خلق فرص العمل، الثقافة والخدمات.²

¹ نور الهدى حمروش، كوثر بوترة: مرجع سابق، ص 252.

² زغيد نسيم لطفي، سلامي سمية، يوسف راضية: آليات تمويل ودعم المؤسسات الناشئة في الجزائر لتحقيق الإقلاع الاقتصادي، مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، د ن، د ع، المسيلة، 2021، ص 11.

1/5- آليات دعم وتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر:

تسعى الجزائر في الآونة الأخيرة إلى خلق نموذج اقتصادي حديث بعيدا عن الذي كانت تعتمد منه منذ عقود، و بالتالي أصبح دعم و تمويل المؤسسات الناشئة من أولويات صناعات القرار في الاقتصاد الجزائري، حتى تساعد في رفع كفاءة التنمية وتعزيز الآلة الانتاجية المحلية. و من أهم التدابير و الإجراءات و القرارات التي قامت بها الجزائر في إطار دعم و تمويل المؤسسات الناشئة و مساعدتها في التطور و النمو ما يلي:

- إنشاء وزارة خاصة تهتم بكل ما يتعلق بالمؤسسات الناشئة و تقديم كل الدعم لها، تعرف الوزارة ب: "المؤسسات الصغيرة و المؤسسات الناشئة و اقتصاد المعرفة"، و تعين وزير منتدب لدى الوزارة مكلف بها.
- إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و "مشروع مبتكر" و "حاضنة أعمال"، و تحديد مهامها و تشكيلها و سيرها. تنشأ لدى الوزير المكلف بالمؤسسات الناشئة و مقرها الجزائر العاصمة.
- إطلاق بوابة إلكترونية خاصة بالشركات الناشئة و حاضنات الأعمال <https://startups.dz> يتم من خلالها بناء بيانات مركزية لجميع الأطراف النشطين في النظام البيئي للشركات الناشئة.¹
- إنشاء صندوق استثماري مخصص لتمويل و دعم المؤسسات الناشئة.
- تمكين حاملي المشاريع المبتكرة و المؤسسات الناشئة من الاستفادة من المساحات المتاحة داخل المؤسسات التابعة لقطاعي الشباب و التكوين المهني على المستوى الوطني.
- إعفاء الشركات الناشئة من ضريبة الدخل الإجمالي، و من الرسم على النشاط المهني لمدة ثلاث سنوات، بعد تاريخ الشروع في النشاط، إلى جانب إعفاء التجهيزات التي تقتنيها الشركات الناشئة، قصد إنجاز مشاريعها الاستثمارية؛ على اعتبار أنها لن تكون خاضعة للرسم على القيمة المضافة.
- و أخيرا، و من أجل ضمان التآزر المشترك ما بين القطاعات لتنفيذ استراتيجية تطوير المؤسسات الناشئة، يُكَلَّف السيد وزير المؤسسات الصغيرة و المؤسسات الناشئة و اقتصاد المعرفة، بالسهر على ضبط المساهمات التي تقدمها جميع القطاعات.²

¹- نور الهدى حمروش، بوترة كوثر، مرجع سابق، ص 254.

²- زغيد نسيم لطفي، سلامي سمية، يوسف راضية: مرجع سابق، ص 12.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة.

1/ تقديم مؤسسة إذاعة تبسة الجهوية.

- تعريف ونشأة إذاعة تبسة
- أهداف ومهام إذاعة تبسة
- الهيكل التنظيمي الخاص بإذاعة تبسة

2/ المعالجة الكمية و الكيفية للبيانات الميدانية.

- عرض البيانات وتحليلها
- النتائج العامة للدراسة
- نتائج الدراسة بناء على التساؤلات الفرعية
- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة
- خاتمة
- قائمة المصادر والمراجع
- الملاحق

تقديم مؤسسة إذاعة تبسة الجهوية:

1- تعريف ونشأة إذاعة تبسة:

تعتبر إذاعة تبسة الجهوية من بين الإذاعات الوطنية التي انطلق البث فيها في 04 أبريل 1999، ضمن شبكة الإذاعات الجهوية في إطار مشروع ضخيم للإذاعات الجزائرية عبر ولايات الوطن، وهي تعد من المبادرين لتجسيد هذا المشروع ضمن منظومة الإذاعة الجزائرية ولبناء صرح الإعلام الإذاعي العمومي.

تقع إذاعة تبسة بحي 200 سكن طريق قسنطينة بمساحة قدرت ب 1258 متر مربع، وتبث برامجهما على موجتي FM.87.9Mhz و 106.0Mhz، على امتداد 200 كلم و يشمل مجال تغطيتها (بئر العاتر بتردد 93.2Mhz، نقرين بتردد 90.1Mhz، العوينات بتردد 103.2Mhz، صفصاف الوسرى بتردد 90.4Mhz، الكويف بتردد 90.5Mhz و عين الزرقاء بتردد 99.6Mhz) حيث تغطي علاوة على ولاية تبسة ولايات: خنشلة، ام البواقي، وسوق اهراس.

1- أهداف ومهام إذاعة تبسة:

يشمل حجم البث الساعي لإذاعة تبسة 12 ساعة يوميا من الساعة 6:40 صباحا إلى غاية الساعة 19:30 مساءً، حيث تبث برامجها اليومية باللغة العربي والأمازيغية ويمثل اللسان العربي فيها 88,82 بالمئة و اللهجة الأمازيغية بنسبة 11,18 بالمئة، وعلى مدار 24 ساعة يوميا.

تقوم الإذاعة بعدة وظائف مختلفة منها الوظيفة الإنتاجية، و التي تبدأ بفكرة يتبلور منها محتوى البرنامج الإذاعي مع تحديد الجمهور المستهدف، و الشروع في عملية تحضير و إعداد البرنامج وصولا لعملية التسجيل الصوتي و البث. تتنوع الشبكة البرمجية لها بين إخبارية، تربية، ثقافية و منوعات تواكب في محتواها نبض المجتمع بمختلف انشغالاته و قطاعاته، من خلال عمل إعلامي جوارى متعدد الأبعاد و متنوع الموضوعات، و فريق شاب طموح يثابر يوميا من أجل تجسيد هذه الأهداف المسطرة ضمن استراتيجية الإذاعة الجزائرية لترقية رسالتها الإعلامية.

2- الهيكل التنظيمي الخاص بإذاعة تبسة:

يتكون طاقم عمل إذاعة تبسة من 4 رؤساء مصالح، 5 صحافيين، 4 منشطين، 4 مخرجين، 7 تقنيين، 7 أعوان أمن، و 4 فئات مختلفة، بالإضافة إلى عاملة في إطار الإدماج المهني حاملي الشهادات.

1/3- الأقسام والمصالح الخاصة بالإذاعة:

● الطابق الأرضي:

- * الاستقبال.
- * غرفة أعوان الامن.
- * غرفة الأرشيف.
- * مكتب رئيس مصلحة الإدارة.
- * مكتب الفرع النقابي.
- * مكتب الإخراج.
- * مكتب الإشهار.
- * استوديو الإنتاج.

● الطابق الأول:

- * استوديو البث المباشر.
- * قاعة التحرير.
- * قاعة الإنتاج.
- * مكتب رئيس المصلحة التقنية.
- * مكتب رئيس مصلحة البرمجة والإنتاج.
- * مكتب رئيس مصلحة الأخبار والحصص الخاصة.
- * مركز البث والإرسال.

● الطابق الثاني:

- * مكتب السكريتارية.
- * مكتب المدير.

* قاعة النشاطات.

2/3- الوسائل التقنية:

* أستوديو البث (Studio de diffusion (lié à L'antenne via liaison TDA)

* أستوديو الإنتاج (أستوديو خاص بالتسجيل و المونتاج و الدمج) مجهزة بالحواسيب الخاصة بالتسجيل.

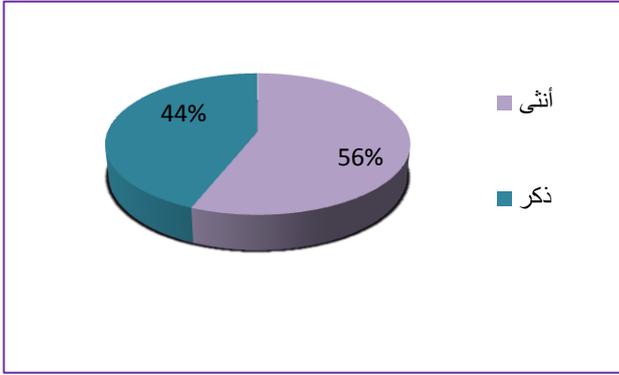
* Réseaux internet + Wifi et Réseaux Nétia

* حواسيب و أجهزة محمولة، ميكروفونات خاصة بالمدنشين و المذيعين و الضيوف، و مكبر الصوت.

2/ المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية:

- عرض البيانات وتحليلها:

المحور الأول: البيانات الشخصية.



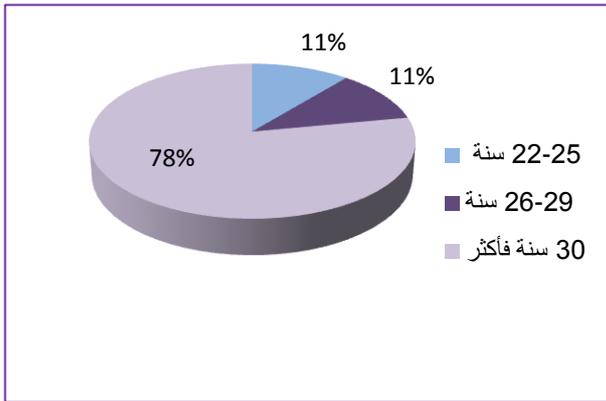
الشكل رقم(02): يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.

النسبة %	التكرار	الجنس
%44	04	ذكر
%56	05	أنثى
%100	09	المجموع

الجدول رقم(01): يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 56% من أفراد العينة أي ما يعادل 05 مفردات يمثلون فئة الإناث، ونسبة 44% من المبحوثين تمثل فئة الذكور أي ما يعادل 04 مفردات. و عليه نلاحظ أن فئة الإناث تمثل الشريحة الأكبر من مجتمع البحث ويمكن تفسير ذلك بأن طبيعة العمل في الإذاعة المحلية تتماشى أكثر مع فئة الإناث نظرا للبرامج المسيطرة في الباقة البرمجية للإذاعة والتي تكتسبها الشريحة الأنثوية أكثر من الذكورية.



الشكل رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة وفق

متغير السن.

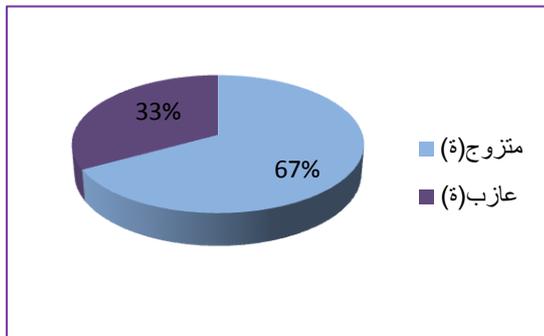
النسبة %	التكرار	السن
11%	01	سنة 25-22
11%	01	سنة 29-26
78%	07	30 سنة فأكثر
100%	09	المجموع

الجدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة

وفق متغير السن.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول نلاحظ ان الفئة العمرية 30 سنة فأكثر احتلت المرتبة الأولى بنسبة 78% تليها الفئتين العمريتين 25-22 سنة و 29-26 سنة في المرتبة الثانية بنسبة متساوية على التوالي قدرت ب 11% ، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الفئة العمرية الغالبة هي فئة ناضجة وذات خبرة مهنية في مجال السمع البصري مما يساعد على تقديم كفاءات عالية في البرامج الإذاعية.



الشكل رقم(04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب

الحالة العائلية.

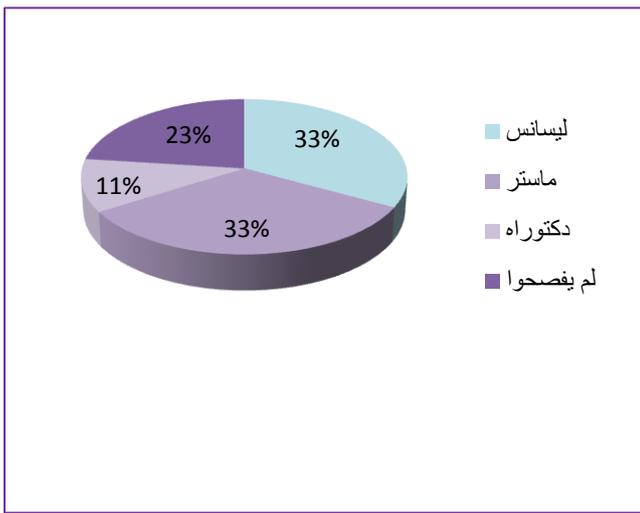
النسبة %	التكرار	الحالة العائلية
67%	06	متزوج(ة)
33%	03	عازب(ة)
100%	09	المجموع

الجدول رقم(03): يبين توزيع افراد العينة

حسب الحالة العائلية.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم افراد العينة متزوجين حيث قدرت نسبتهم ب 67%، في حين قدرت نسبة غير المتزوجين ب 33% و يمكن تفسير ذلك بالفئة العمرية الغالبة بين الموظفين و المتمثلة في 30 سنة فأكثر حيث أن معظم الأشخاص في هذا العمر يكونون متزوجين غالبا. و هذا راجع إلى التطورات الحادثة في المجتمع حيث أن العادات و التقاليد التي كانت تلزم الفرد على الزواج المبكر لم تعد موجودة حاليا.



المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ليسانس	03	33%
ماستر	03	33%
دكتوراه	01	11%
لم يفصحوا عن المستوى	02	23%
المجموع	09	100%

الشكل رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب

الجدول رقم(04): يبين توزيع أفراد العينة

المستوى التعليمي.

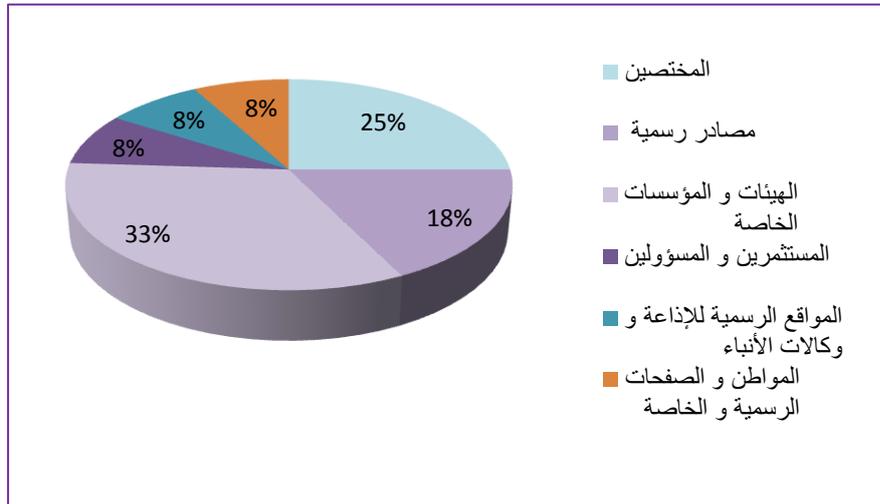
حسب المستوى التعليمي.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

حسب البيانات المذكورة في الجدول نجد أن أغلبية الموظفين من مستوى ليسانس و ماستر و ذلك بنسبة متساوية على التوالي تمثلت في 33 %، أما الفئة التي احتلت المرتبة التالية هي فئة الموظفين الذين لم يفصحوا عن مستواهم التعليمي بنسبة 23% تليها فئة مستوى الدكتوراه بنسبة 11%، و منه نلاحظ أن المؤسسة تتوفر على كفاءات علمية جيدة تتطابق مع مختلف الوظائف التي يشغلها الموظفون.

التخصص	التكرار	النسبة %
اتصال سياسي واجتماعي	01	11%
إعلام و اتصال	03	34%
مهندس تطبيقي إعلام آلي	01	11%
إعلام آلي	01	11%
اتصال في التنظيمات	01	11%
الإعلام و المجتمع	01	11%
أدب عربي	01	11%
المجموع	09	100%

الجدول رقم (05): يبين توزيع المبحوثين حسب التخصص.



الشكل رقم(06): يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

من خلال بيانات الجدول نلاحظ أن تخصص الإعلام و الاتصال احتل المرتبة الأولى بنسبة 34% من المبحوثين، في حين جاءت التخصصات بنسبة متساوية هي 11% متمثلة في: اتصال سياسي واجتماعي، مهندس تطبيقي إعلام آلي، اتصال في التنظيمات، الإعلام و المجتمع، أدب عربي، إعلام آلي. وهنا نستنتج ان عينة الدراسة اغلبها ذات تخصص في مجال الإعلام و الاتصال و ربما هذا ما يقتضيه العمل في مؤسسة إعلامية في مجال السمع البصري.

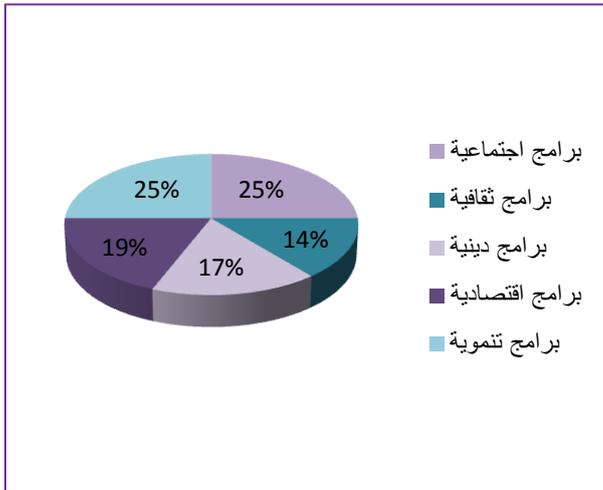
المحور الثاني: مكانة البرامج الاقتصادية والتنموية في الباقية البرامجية لإذاعة تبسة المحلية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
نعم	09	100%
لا	00	00%
المجموع	09	100%

الجدول رقم(06): يبين رأي المبحوثين حول اهتمام الإذاعة بمشاكل جمهورها.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

من خلال البيانات المدرجة في الجدول أعلاه يمكن القول أن كل المبحوثين يرون أن اذاعتهم تُعنى بمشاكل جمهورها حيث سجل خيار نعم نسبة قدرت ب 100%، ومنه نتأكد أن الإذاعة الجهوية من تبسة تهتم بكل الانشغالات الخاصة بالجمهور حيث تسعى لتلبية طلباته و حل معظم المشاكل التي يتعرض لها بشكل اكيد وفي الوقت المطلوب.



البرامج	التكرار	النسبة%
برامج اجتماعية	09	25%
برامج ثقافية	05	14%
برامج دينية	06	17%
برامج اقتصادية	07	19%
برامج تنموية	09	25%
المجموع	36	100%

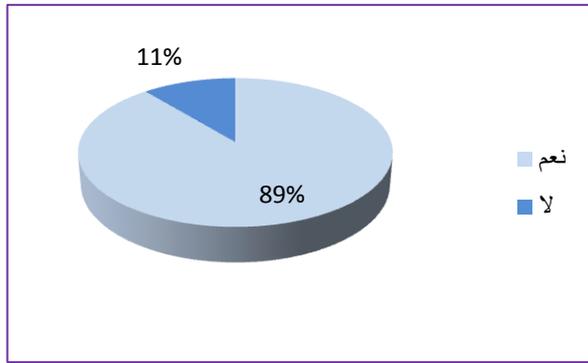
الشكل رقم(07): يوضح وجهة نظر المبحوثين حول البرامج المفضلة للجمهور المتلقي.

الجدول رقم (07): يبين وجهة نظر المبحوثين حول البرامج المفضلة لدى الجمهور.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

ملاحظة: في السؤال المتعلق بهذا الجدول كان هناك احتمال اختيار المبحوث لأكثر من إجابة لهذا كان عدد التكرارات هنا أكبر من عدد أفراد العينة.

نلاحظ من خلال الجدول أن البرامج التنموية والاجتماعية أكثر البرامج تفضيلاً من قبل الجمهور حسب وجهة نظر المبحوثين. وذلك بنسبة متساوية قدرت ب 25% تلمها البرامج الاقتصادية بنسبة 19% ثم البرامج الدينية بنسبة 17% وأخيراً البرامج الثقافية التي قدرت نسبتها ب 14% وهي نتائج متقاربة نوعاً ما يمكن القول أنها تعبر عن توازن العمل الإذاعي الذي يسعى إلى تلبية رغبات كل فئات الجمهور المختلفة والمتباينة.



الشكل رقم (08): يوضح رأي المبحوثين حول الوقت

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نعم	08	89%
لا	01	11%
المجموع	09	100%

الجدول رقم (08): يبين رأي المبحوثين في

المخصص للبرامج التنموية والاقتصادية في الإذاعة.

الوقت المخصص للبرامج التنموية

والاقتصادية في إذاعة تبسة.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

تظهر نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين يرون أن الحجم الساعي المخصص للبرامج و الحصص التنموية والاقتصادية كافٍ وذلك بنسبة 89%، وأن نسبة 11% منهم فقط يرون أنه غير كافٍ ويعود سبب هذه المعطيات إلى أن البرمجة الإذاعية تسير وفق مخطط منتظم مقسم على مختلف البرامج من أجل تحقيق التكافؤ بينها وإعطاء كل برنامج مدة كافية للبحث لتلقي نسبة استماع عالية وبالأخص البرامج التنموية والاقتصادية.

النسبة %	التكرار	مصادر المعلومات
25%	03	المختصين
17,67%	02	مصادر رسمية و موثوقة
33,33%	04	الهيئات و المؤسسات الخاصة و العمومية
08%	01	المستثمرين و المسؤولين
08%	01	المواقع الرسمية للإذاعة و وكالات الأنباء
08%	01	المواطن و الصفحات الخاصة الرسمية
100%	12	المجموع

الجدول رقم (09): يبين أهم مصادر المعلومات في البرامج الاقتصادية حسب المبحوثين.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

ملاحظة: في السؤال المتعلق بهذا الجدول كان هناك احتمال اختيار المبحوث لأكثر من إجابة لهذا كان عدد التكرارات هنا أكبر من عدد افراد العينة.

تكشف لنا البيانات الواردة في الجدول، و الذي يوضح أهم المصادر المعتمد عليها في البرامج الاقتصادية حسب أفراد العينة أن أهم مصدر يتمثل في الهيئات و المؤسسات الخاصة و العمومية بنسبة 33,33% تليها نسبة 25% التي تمثل مصدر المختصين في المجال الاقتصادي، ثم تليها المصادر الرسمية و الموثوقة بنسبة 17,67% بعدها تأتي نسبة 08% متساوية على ثلاث مصادر هي: المستثمرين و المسؤولين، المواقع الرسمية للإذاعة و وكالات الأنباء و أخيرا المواطن و الصفحات الخاصة الرسمية. و من هنا يمكن القول أن الإذاعة تعتمد بالأكثر على ذوي الاختصاص و المؤسسات الخاص و العمومية الاقتصادية و المصادر الرسمية في جمعها لمختلف مستجدات الأخبار و الأحداث الاقتصادية على المستوى المحلي، و الإجابة على تساؤلات تخدم المستمعين و تزيد من وعيهم الاقتصادي و التنموي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
نعم	09	100%
لا	00	00%
المجموع	09	100%

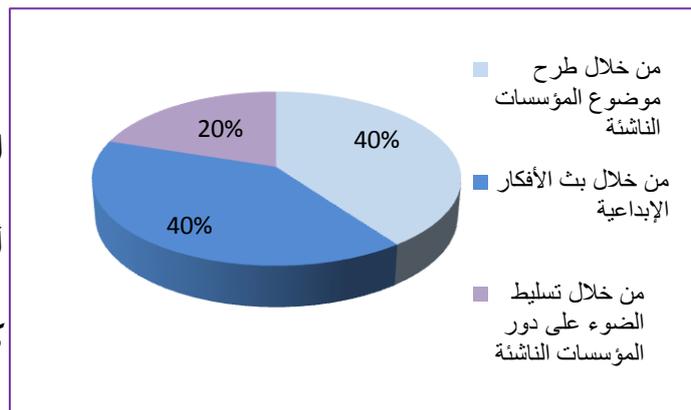
الجدول رقم(10): يبين رأي المبحوثين في مساهمة البرامج التنموية و الاقتصادية في دعم الاقتصاد المحلي.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

يوضح الجدول أعلاه مدى مساهمة البرامج التنموية و الاقتصادية للإذاعة في دعم الاقتصاد المحلي، إذ أن كل المبحوثين أجابوا بنعم حيث قدرت النسبة ب 100% وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على ان البرامج الاقتصادية تسعى إلى حد كبير في إثراء الاقتصاد المحلي و محاولة رفع كفاءته باتباع اساليب مختلفة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
من خلال طرحها لموضوع المؤسسات الناشئة	08	40%
من خلال بثها للأفكار الإبداعية و الجديدة	08	40%
من خلال تسليط الضوء على دور المؤسسات الناشئة في تحريك عجلة الاقتصاد الوطني	04	20%
المجموع	20	100%

الجدول رقم (11): يبين الاحتمالات التي اختارها المبحوثين لمساهمة البرامج الاقتصادية في رفع كفاءة الاقتصاد المحلي.



الشكل رقم (09): يوضح الاحتمالات التي اختارها أفراد العينة لمساهمة البرامج الاقتصادية في رفع كفاءة الاقتصاد المحلي.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

ملاحظة: في السؤال المتعلق بهذا الجدول كان هناك احتمال اختيار المبحوث لأكثر من إجابة لهذا كان عدد التكرارات هنا أكبر من عدد افراد العينة.

من خلال إجابات أفراد العينة المذكورة في الجدول نرى ان احتمال طرح الإذاعة لموضوع المؤسسات الناشئة و احتمال بثها للأفكار الإبداعية و الجديدة و قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة متساوية قدرت ب 40% تليها نسبة 20% و التي تمثل احتمال تسليط الإذاعة الضوء على دور المؤسسات الناشئة في تحريك عجلة الاقتصاد الوطني. و من هنا نلاحظ أن الإذاعة الجهوية من تبسة تعمل على إبراز موضوع المؤسسات الناشئة و الشركات الابتكارية كركيزة أساسية للمساهمة في الرفع من الإنتاج المحلي وزيادة تطوير معارف المستمعين حول المواضيع التنموية.

النسبة %	التكرار	الإجابات
22%	02	هي مؤسسة مستقبلية تسعى إلى النهوض بالاقتصاد الوطني و المحلي و تقلص البطالة
45%	04	هي مؤسسة أنشئت من فكرة حديثة، مبتكرة و مبدعة
11%	01	المؤسسات الناشئة هي عصب الاقتصاد القوي في العالم
11%	01	هي عبارة عن فكرة مشروع صغيرة تسعى لتسويق و طرح خدمة مبتكرة لزيادة النمو الاقتصادي أو تسهيل حياة المواطن
11%	01	هي فكرة مقترحة من طرف شاب مبتكر تحول إلى مشروع يجسد على ارض الواقع من خلال التمويل و تحديد الأهداف
100%	09	المجموع

الجدول رقم(12): يبين مفهوم المؤسسات الناشئة حسب وجهة نظر المبحوثين.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

يبين الجدول أن نسبة 45% أي 04 من المبحوثين الذين قدموا مفهومهم للمؤسسة الناشئة بأنها مؤسسة أنشئت من فكرة حديثة، مبتكرة ومبدعة، في حين أن نسبة 22% منهم أجابوا بأنها مؤسسة مستقبلية تسعى إلى النهوض بالاقتصاد الوطني والمحلي وتقلص البطالة، أما النسبة المتكررة ثلاث مرات في الجدول فكانت نسبة 11% والتي تعبر عن الإجابات التالية:

- المؤسسات الناشئة هي عصب الاقتصاد القوي في العالم.
 - هي عبارة عن فكرة مشروع صغيرة تسعى لتسويق و طرح خدمة مبتكرة لزيادة النمو الاقتصادي أو تسهيل حياة المواطن.
 - هي فكرة مقترحة من طرف شاب مبتكر تحول إلى مشروع يجسد على ارض الواقع من خلال التمويل وتحديد الأهداف.
- ومنه نلاحظ أن كل المبحوثين لهم خبرة و دراية بموضوع المؤسسات الناشئة و مفهومها حيث أن كل التعاريف المقدمة متقاربة نوعا ما ،ن و تمس جميعها أهم ما تتسم به المؤسسات الناشئة.

المحور الثالث: مساهمة إذاعة تبسة في التعريف بالتجارب الناجحة للمؤسسات الناشئة على مستوى الولاية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
من خلال تخصيص برنامج كامل يغطي موضوع المؤسسات الناشئة	05	25%
من خلال التطرق لبعض خصائص المؤسسات الناشئة و أهميتها في إحدى البرامج	06	30%
من خلال استضافة بعض الشباب الذين قاموا بتجارب ناجحة في مجال المؤسسات الناشئة	09	45%
المجموع	20	100%

الجدول رقم (13): يبين كيفية تعريف الإذاعة للمؤسسات الناشئة حسب المبحوثين.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

ملاحظة: في السؤال المتعلق بهذا الجدول كان هناك احتمال اختيار المبحوث لأكثر من إجابة لهذا كان عدد التكرارات هنا أكبر من عدد افراد العينة.

من خلال الجدول نلاحظ ان احتمال استضافة الإذاعة لبعض الشباب الذين قاموا بتجارب ناجحة في مجال المؤسسات الناشئة جاء في المرتبة الأولى حسب إجابة المبحوثين وذلك بنسبة 45% يليها في المرتبة الثانية احتمال التطرق لبعض خصائص المؤسسات الناشئة وأهميتها في إحدى البرامج بنسبة قدرت ب 30% وفي الأخير احتمال تخصيص برنامج كامل يغطي المؤسسات الناشئة الذي كانت نسبته 25% ومن هنا نستنتج أن الإذاعة تعتمد بدرجة كبيرة على استقبال نماذج مختلفة للشركات الناشئة من أجل التعريف بها و جذب الانتباه حول الموضوع وذلك باستضافة مؤسسها للخوض أكثر في تفاصيلها.

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
التنسيق مع وزارة المؤسسات الصغيرة و المؤسسات الناشئة و اقتصاد المعرفة	04	14,29%
استضافة ممثلي الوصاية الخاصة بالمؤسسات الناشئة	09	32,14%
استضافة أساتذة جامعيين مختصين في الحقوق لطرح الموضوع و تقديم تفاصيل أكثر حوله	07	25%
فتح نقاشات مع خبراء في الميدان	08	28,57%
المجموع	28	100%

الجدول رقم (14): يبين طريقة تقديم إذاعة تبسة للقوانين الخاصة بالمؤسسات الناشئة في الباقة البرمجية.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

ملاحظة: في السؤال المتعلق بهذا الجدول كان هناك احتمال اختيار المبحوث لأكثر من إجابة لهذا كان عدد التكرارات هنا أكبر من عدد افراد العينة.

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن احتمال استضافة ممثلي الوصاية الخاصة بالمؤسسات الناشئة احتل المرتبة الأولى بنسبة 31,14% ثم يأتي احتمال فتح نقاشات مع خبراء في الميدان بنسبة قدرت ب 28,57، بعدها تأتي نسبة 25% و التي تعبر عن احتمال استضافة الإذاعة لأساتذة جامعيين مختصين في الحقوق لطرح الموضوع و تقديم تفاصيل أكثر حوله. و أخيرا احتمال التنسيق مع وزارة المؤسسات الصغيرة و المؤسسات الناشئة و اقتصاد المعرفة بأقل نسبة تمثلت في 14,29%، يمكن القول من خلال هذه المعطيات أن الإذاعة المحلية تعتمد على طرق مختلفة في بث التشريعات الهامة للمؤسسات الناشئة لعل اهمها استضافتها لمثلي الوصاية التابعة للشركات و المؤسسات الناشئة و فتح نقاشات مع مختصين في المجال للخوض أكثر في خبايا الموضوع، كما انها تعتمد بصفة متباينة على استدعاء دكاترة جامعيين من كلية الحقوق لتقديم تحليلات و إثراء البث بالكم المعلوماتي الكافي. في حين أن احتمال قيامها بتنسيقات مع الوزارة الخاصة كان ضئيل بعض الشيء و هذا ربما يدل على أن الاحتمالات السابقة قد لبت احتياجات الجمهور و طورت من معارفهم في هذا الميدان.

المحور الرابع: الأساليب التوعوية التي تتبعها إذاعة تبسة لتشجيع الشباب على استحداث مؤسسات ناشئة.

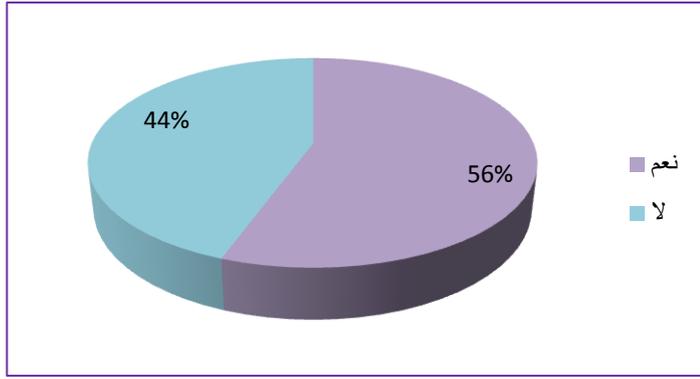
النسبة	التكرار	الأساليب
47	09	استضافة بعض مؤسسي الشركات الناشئة لتقديم مشاريعهم
21	04	عقد اتفاقيات مع حاضنات الاعمال لتقديم خدمات و منح تجذب الشباب الطامح لاستحداث مؤسسة ناشئة
32	06	العمل مع دار المقاولاتية لتقديم معلومات عن خصائص و مميزات المشاريع الجديدة و الابتكارية
100	19	المجموع

الجدول رقم (15): يبين الاساليب التي تتبعها إذاعة تبسة لتشجيع فئة الشباب على تأسيس مشروع مؤسسة ناشئة.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

ملاحظة: في السؤال المتعلق بهذا الجدول كان هناك احتمال اختيار المبحوث لأكثر من إجابة لهذا كان عدد التكرارات هنا أكبر من عدد افراد العينة.

حسب البيانات المذكورة في الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 47% من أفراد العينة المتمثلة في الصحفيين و المنشطين أجابوا بأن أهم و أكثر أسلوب معتمد عليه هو استضافة بعض مؤسسي الشركات الناشئة لتقديم مشاريعهم و قصة نجاحها. تليها نسبة 32% من المبحوثين الذين ذكروا احتمال العمل مع دار المقاولاتية لتقديم معلومات عن خصائص و مميزات المشاريع الجديدة و الابتكارية، و في الأخير يأتي احتمال عقد اتفاقيات مع حاضنات الأعمال لتقديم خدمات و منح تجذب الشباب الطامح لاستحداث مؤسسة ناشئة بنسبة قدرت ب 21%. و من خلال هذه البيانات الإحصائية يمكن القول أن الإذاعة تعتمد بصفة خاصة على استقبال نماذج حية حول المؤسسات الناشئة قصد تقديمها للجمهور المتلقي و لفت الأنظار حولها خاصة من فئة الشباب الذين يريدون تكوين مشروع مبتكر و ناجح يساعد في دعم و تقوية الاقتصاد المحلي.



النسبة %	التكرار	الاحتمالات
55,56%	05	نعم
44,44%	04	لا
100%	09	المجموع

الشكل رقم (10): يوضح إن كانت الأساليب التي تتبعها

الجدول رقم (16): يبين إن كانت الأساليب

الإذاعة كافية لجذب انتباه الشاب حول المؤسسات

التي تتبعها الإذاعة كافية لجذب الانتباه

الناشئة أم لا.

حول المؤسسات الناشئة أم لا.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

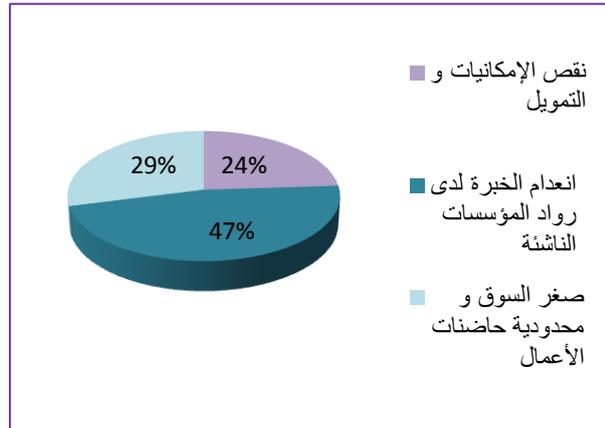
يتضح من خلال الجدول رقم (16) أن النسب متقاربة إذ جاءت في المرتبة الأولى من بين الاحتمالات نسبة 55,56% والتي تعتبر عن المبحوثين الذين أجابوا بنعم في حين أن الذين أجابوا بلا كانت نسبتهم 44,44% ومن هنا نلاحظ أن الأساليب المتخذة من أجل لفت أنظار الشباب حول المؤسسات الناشئة من قبل الإذاعة كافية نوعاً ما من حيث أن أغلبية المبحوثين من الطاقم الإذاعي أكدوا ذلك في إجاباتهم.

المحور الخامس: الاقتراحات التي تطرحها إذاعة تبسة للتغلب على المشاكل التي تواجه المؤسسات الناشئة على مستوى الولاية.

التحديات	التكرار	النسبة%
نقص الإمكانيات و التمويل المال المخاطر	04	24%
انعدام الخبرة لدى رواد المؤسسات الناشئة	08	47%
صغر السوق و محدودية فكرة حاضنات الأعمال داخل ولاية تبسة	05	29%
المجموع	17	100%

الجدول رقم (17): يبين أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في ولاية تبسة.

الشكل رقم (11): يوضح أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في ولاية تبسة.



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

ملاحظة: في السؤال المتعلق بهذا الجدول كان هناك احتمال اختيار المبحوث لأكثر من إجابة لهذا كان عدد التكرارات هنا أكبر من عدد افراد العينة.

يبين هذا الجدول الذي يمثل أهم التحديات التي تواجه المؤسسة الناشئة أن أعلى نسبة و التي تقدر بـ 47% ترى أن انعدام الخبرة لدى رواد المؤسسات الناشئة يعد أهم عائق و تحدي أمامها وهذا ربما يمكن تفسيره بنقص المكنانيات و مراكز البحث، في حين أن نسبة 29% منهم أدلوا بان صغر السوق و محدودية فكرة حاضنات الأعمال داخل ولاية تبسة يعتبر ثاني عائق لها و هذا سببه أن حاضنات الأعمال لها دور كبير في ترقية الاقتصاد المحلي و الوطني من خلال قيامها بعمليات استثماري للأفكار الجديدة للمؤسسات

الناشئة وتحويلها إلى مشاريع اقتصادية أما النسبة المئوية قدرت ب 24% من أفراد العينة الذين أفادوا بأن نقص الامكانيات و التمويل أو ما يعرف بضعف رأس المال المخاطر من أبعد العقبات التي يمكن أن تقف في طريق استحداث مؤسسة ناشئة حيث أن كل مبتكر أو مؤسس لشركة ناشئة يلجأ إلى هذه الوسيلة في بدايته لمزاولة النشاط من خلال المدخرات الشخصية البسيطة التي يمكنها أن تغطي مصاريف التشغيل الأولية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
نعم	09	100%
لا	00	00%
المجموع	09	100%

الجدول رقم (18): يبين إمكانية التغلب على العقبات التي تقف في طريق إنشاء المؤسسة الناشئة.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

من خلال النتائج المذكورة في الجدول يتضح لنا أن كل المبحوثين أجابوا بخيار نعم الذي يؤكد أن كل العقبات التي تواجه أي مؤسسة ناشئة يمكن التغلب عليها و قدرت النسبة ب 100% وهذا يدل على أن معظم المشكلات التي تواجه مستحدثي المشاريع الجديدة و الصعوبات التي تعرقل نجاحهم يمكن التفوق عليها و عدم الاستسلام لها بالعزيمة و القدرة على التحدي و الإبداع.

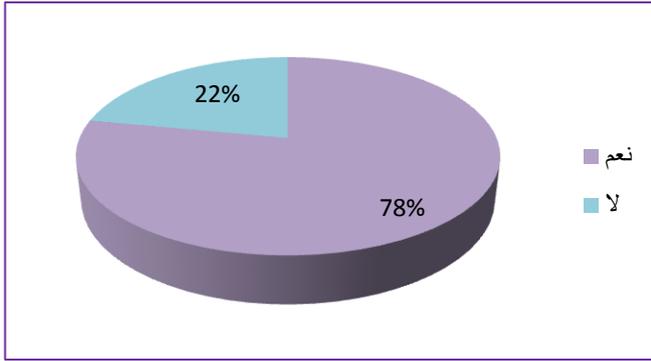
النسبة %	التكرار	الاقتراحات
33%	09	إنشاء صناديق استثمارية تختص بدعم و تمويل المؤسسات الناشئة
26%	07	القيام بعدة تسهيلات و إعفاءات ضريبية للمبالغ المستثمرة في المؤسسات الناشئة
22%	06	تطوير التآزر مع المحيط المؤسسي وتشجيع بروز المشاريع المبتكرة
19%	05	استقبال و احتضان و مرافقة المؤسسات الحديثة النشأة في الإذاعة لمدة معينة وكذا أصحاب المشاريع
100%	27	المجموع

الجدول رقم(19): بين أهم الاقتراحات التي طرحها الإذاعة لدعم المؤسسات الناشئة.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

ملاحظة: في السؤال المتعلق بهذا الجدول كان هناك احتمال اختيار المبحوث لأكثر من إجابة لهذا كان عدد التكرارات هنا أكبر من عدد افراد العينة.

نلاحظ من خلال الجدول أن اقتراح إنشاء صناديق استثمارية تختص بدعم و تمويل المؤسسات الناشئة احتل المرتبة الأولى بنسبة 33%، وفي المرتبة الثانية جاء احتمال القيام بعدة تسهيلات و إعفاءات ضريبية للمبالغ المستثمرة في المؤسسات الناشئة بنسبة 26% يلما احتمال تطوير التآزر مع المحيط المؤسسي وتشجيع بروز المشاريع المبتكرة الذي كانت نسبته 22% في حين أن آخر احتمال كان استقبال و احتضان و مرافقة المؤسسات الحديثة النشأة في الإذاعة لمدة معينة وكذا أصحاب المشاريع بنسبة قدرت ب 19% من أفراد العينة. و من هنا يمكن القول أن الطاقم الإذاعي يميز اقتراح إنشاء الصناديق الاستثمارية لتمويل المؤسسات الناشئة عن باقي الاقتراحات بنسبة كبيرة و باقي الاقتراحات بنسب متفاوتة حيث تعتبر جميعها من أهم آليات دعم وتمويل الشركات الناشئة.



الشكل رقم (12): يوضح رأي المبحوثين حول اقتراح

إعطاء تحفيزات أكبر من أجل الاهتمام بحاضنات

الأعمال و المؤسسات الناشئة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
نعم	07	%78
لا	02	%22
المجموع	09	%100

الجدول رقم (20): يبين رأي المبحوثين

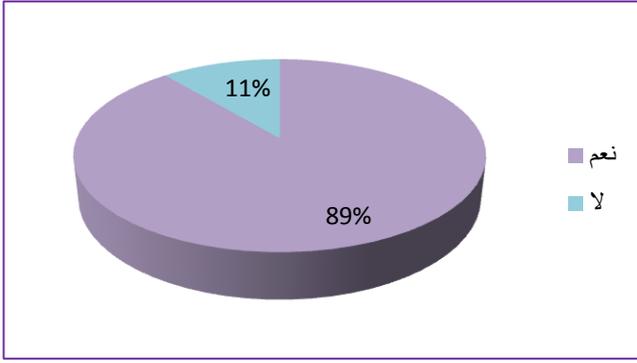
حول اقتراح إعطاء تحفيزات أكبر من أجل

الاهتمام بحاضنات الأعمال و المؤسسات

الناشئة.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

من خلال الجدول أعلاه نرى أن نسبة 78% من المبحوثين يرون ان إعطاء تحفيزات للاهتمام بحاضنات الأعمال و المؤسسات الناشئة كافٍ من العقبات التي تقف في طريق إنشاء مؤسسة ناشئة، و نسبة 22% منهم يرون أن هذا الاقتراح غير كافٍ. يمكن تفسير ذلك بأنه يجب مرافقة هذا الاقتراح بآليات أخرى جديرة باحتضان المؤسسات الناشئة مع إمكانية تنفيذ هذه التدابير التشجيعية لدعم التشغيل و محاولة ترقيته.



النسبة %	التكرار	الاحتمالات
88,89%	08	نعم
11,11%	01	لا
100%	09	المجموع

الجدول رقم (21): يبين رأي المبحوثين حول الشكل رقم (13): يوضح رأي المبحوثين حول

إمكانية دخول المؤسسات الناشئة ضمن المكونات

الرئيسية في البرامج الوطنية للتنمية الاقتصادية

والاجتماعية. الاقتصادية والاجتماعية.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

حسب البيانات المذكورة في الجدول نرى أن أغلبية أفراد العينة يرون أن المؤسسة الناشئة يمكن أن تكون أحد المكونات الرئيسية في البرامج الوطنية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية حيث تمثلت نسبتهم ب 88,89% في حين أن نسبة 11,11% منهم فقط أجابوا بالرفض على هذا الاحتمال، ومن هنا يمكن القول أن هذا الاقتراح سليم وإيجابي إلى حد بعيد حيث يساعد أصحاب المشاريع الجديدة في تنمية روح منافسة المنتجات الخارجية والابتكار والحد من البطالة.

الجدول رقم (22): يبين إن كان احتمال زيادة الإنفاق الحكومي على البحث العلمي وإدماج الجامعات ومراكز البحث في أرض الواقع يشجع على ثقافة الابتكار والمقاولاتية أم لا حسب المبحوثين.

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
100%	09	نعم
00%	00	لا
100%	09	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

يبين الجدول أن كل المبحوثين أجابوا بأن زيادة الإنفاق الحكومي على البحث العلمي و إدماج الجامعات و مراكز البحث في أرض الواقع يشجع على ثقافة الابتكار و المقاولاتية حيث تمثلت النسبة ب 100% و من هنا نرى أن هذا الاحتمال ناجح بصفة كبيرة في تطوير المهارات الفردية للشباب المبتكر و تشجيعهم لترقية استثماراتهم.

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
نعم	09	100%
لا	00	00%
المجموع	09	100%

الجدول رقم(23): يبين إن كان التخلف التقني يعد سببا رئيسيا في زيادة العقوبات التي تواجه المؤسسات الناشئة حسب وجهة نظر أفراد العينة.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

حسب بيانات الجدول الموالي فإن نسبة 100% من المبحوثين أجابوا بأن عدم مواكبة التطورات الحاصلة في بيئة الأعمال الخارجية و التخلف التقني يعتبر من أكثر الأسباب في تزايد تحديات المؤسسات الناشئة. حيث أن هذه الأخيرة مبنية على الابتكار و الابداع و هذا يتم من خلال اكتشاف تقنيات جديدة و متطورة بحيث تحتل مكانة كبيرة في سوق العمل و بين منافسيها من المؤسسات الأخرى العاملة في نفس المجال.

النتائج العامة للدراسة:

المحور الأول: البيانات الشخصية:

- نستنتج أن أغلب أفراد العينة كانوا من فئة الإناث، وأن الفئة العمرية الغالبة هي 30 سنة فما فوق.
- بينت الدراسة ان معظم أفراد العينة متزوجين، و أغلبهم من مستوى ليسانس و ماستر و لهم اختصاصات في مجال الإعلام والاتصال.

المحور الثاني: مكانة البرامج التنموية و الاقتصادية في الباقية البرامجية لإذاعة تبسة المحلية:

- كشفت لنا الدراسة أن كل أفراد العينة يرون ان إذاعة تبسة تُعنى بمشاكل جمهورها و تهتم بكل انشغالاته.
- اتضح لنا أن البرامج التنموية و الاجتماعية أكثر تفضيلا من قبل الجماهير ثم تليها البرامج الاقتصادية، أما البرامج الدينية و الثقافية فكانت بنسب متباينة.
- تبين لنا من خلال الدراسة الميدانية أن أغلبية المبحوثين يرون أن الحجم الساعي المخصص للبرامج التنموية و الاقتصادية كافي حيث تمثلت نسبتهم في 89%.
- كشفت لنا الدراسة أن أهم مصدرين معتمد عليهما في تجميع المعلومات الخاصة بالحصص الاقتصادية هما: الهيئات و المؤسسات الخاصة و العمومية بنسبة 34% و المختصين في المجال الاقتصادي بنسبة 25%. في حين ذكر المبحوثين مصادر أخرى بنسب متباينة.
- تبين من خلال دراستنا أن كل أفراد العينة يرون أن البرامج التنموية و الاقتصادية تساهم في دعم الاقتصاد المحلي و ذلك بنسبة 100%.
- اتضح أن هذه البرامج ترفع كفاءة الاقتصاد المحلي من خلال طرحها لموضوع المؤسسات الناشئة بنسبة 40% و بث الأفكار الإبداعية و الجديدة بنسبة 40% أيضا.
- من خلال الدراسة تبين أن أغلبية المبحوثين قدموا مفهومهم للمؤسسات الناشئة بأنها فكرة حديثة مبتكرة و مبدعة، بنسبة 45% كما أن الآخرين من افراد العينة كانوا على دراية بمفهوم هذه الأخيرة، إذ قدموا تعاريف متقاربة و كلها تعرف المؤسسة الناشئة.

المحور الثالث: مساهمة إذاعة تبسة في التعريف بالتجارب الناجحة للمؤسسات الناشئة على مستوى الولاية:

- اتضح ان الإذاعة الجهوية من تبسة تقوم بتعريف المؤسسات الناشئة في برامجها من خلال استضافة بعض الشباب الذين قاموا بتجارب ناجحة في هذا المجال بنسبة 45%.
- بينت لنا الدراسة أن إذاعة تبسة تقدم التشريعات الخاصة بالمؤسسات الناشئة من خلال استضافة ممثلي الوصاية بنسبة 33% وفتح نقاشات مع خبراء في الميدان بنسبة 29% كما أنها تستدعي أساتذة جامعيين متخصصين في الحقوق لطرح الموضوع و تقديم تفاصيل أكثر حوله، حيث تمثلت نسبة الذين اختاروا هذا الاحتمال ب 25%.

المحور الرابع: الأساليب التوعوية التي تتبعها إذاعة تبسة لتشجيع الشباب على تأسيس استحداث مؤسسة ناشئة:

- تبين أن أهم الأساليب المتبعة من قبل الإذاعة لتشجيع الشباب على تأسيس مشروع مؤسسة ناشئة هي: استضافة بعض مؤسسي الشركات الناشئة لتقديم مشاريعهم وقصة نجاحها، و العمل مع دار المقاولاتية لتقديم معلومات عن خصائص و مميزات المشاريع الجديدة و الابتكارية.
- اتضح أن نسبة 56% من أفراد العينة يرون أن الأساليب التي تتبعها الإذاعة كافية لجذب الانتباه حول موضوع المؤسسات الناشئة.

المحور الخامس: الاقتراحات التي تطرحها إذاعة تبسة للتغلب على المشاكل التي تواجه المؤسسات الناشئة على مستوى الولاية:

- أن أهم تحدي يواجه المؤسسات الناشئة هو انعدام الخبرة لدى روادها بنسبة 47% كما أن صغر السوق و محدودية فكرة حاضنات الأعمال داخل ولاية تبسة يعد أيضا تحدي أمامها بنسبة 29%.
- اتضح أن العقبات التي تقف في طريق إنشاء مؤسسة ناشئة يمكن التغلب عليها.
- بينت المعطيات أن الاقتراحات التي تطرحها الإذاعة لدعم المؤسسات الناشئة تتمثل في: إنشاء صناديق استثمارية تختص بدعمها وتمويلها بنسبة 33%، و القيام بعدة تسهيلات و إعفاءات ضريبية للمبالغ المستثمرة في المؤسسات الناشئة بنسبة 26%، و تطوير التأزر مع المحيط المؤسسي وتشجيع بروز المشاريع المبتكرة بنسبة 22%.
- أن 78% من أفراد العينة يرون أن اقتراح إعطاء تحفيزات أكبر من أجل الاهتمام بحاضنات الأعمال و المؤسسات الناشئة كافٍ للحد من العقبات التي تواجهها.
- من خلال دراستنا تبين لنا أن أغلبية المبحوثين يرون أن المؤسسات الناشئة يمكن أن تكون ضمن المكونات الرئيسية في البرامج الوطنية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية و قدرت نسبتهم ب 89%.
- أن زيادة الانفاق الحكومي على البحث العلمي و إدماج الجامعات و مراكز البحث في أرض الواقع يشجع على ثقافة الابتكار و المقاولاتية.
- اتضح لنا من خلال معطيات الدراسة أن التخلف التقني يعد سببا رئيسيا في زيادة العقبات التي تواجه المؤسسات الناشئة.

نتائج الدراسة بناء على التساؤلات الفرعية:

- بينت معطيات الدراسة أن الإذاعة الجهوية من تبسة تهتم بالبرامج التنموية و تدرجها في الباقة البرامجية الخاصة بها، كما أنها توليها اهمية كبيرة. أما البرامج الاقتصادية فجاءت بعد البرامج الاجتماعية من حيث الترتيب و السبب في ذلك تفضيل الجمهور للبرامج التنموية و الاجتماعية أكثر، و بالرغم من هذا فإن الإذاعة تخصص لها حجم ساعي معتبر حيث انها تساهم في رفع كفاءة الاقتصاد المحلي من خلال طرح موضوع المؤسسات الناشئة.
- تساهم إذاعة تبسة في التعريف بالتجارب الناجحة للمؤسسات الناشئة على مستوى الولاية من خلال استضافة بعض الشباب الذين قاموا بتجارب ناجحة في مجال الشركات الناشئة و المشاريع الابتكارية.
- أن أهم الأساليب التوعوية التي تتبعها إذاعة تبسة لتشجيع الشباب على تأسيس مؤسسات ناشئة تتمثل في:
 - استضافة بعض مؤسسي الشركات الناشئة لتقديم مشاريعهم و قصة نجاحها.
 - العمل مع دار المقاولاتية لتقديم معلومات عن خصائص و مميزات المشاريع الجديدة و الابتكارية.
- اتضح ان أهم الاقتراحات التي تطرحها إذاعة تبسة للتغلب على المشاكل التي تواجه المؤسسات الناشئة في ولاية تبسة هي:
 - إنشاء صناديق استثمارية تختص بدعم و تمويل المؤسسات الناشئة.
 - القيام بعدة تسهيلات و إعفاءات ضريبية للمبالغ المستثمرة في المؤسسات الناشئة.
 - تطوير التأزر مع المحيط المؤسسي و تشجيع بروز المشاريع المبتكرة.

مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

- توصلت دراستنا الخاصة بموضوع دور الإذاعة المحلية في التعريف بالمؤسسات الناشئة لولاية تبسة إلى نتائج حاولنا من خلالها المقارن بينها وبين نتائج الدراسات السابقة، حيث أكدت دراستنا الحالية وكذا الدراسات السابقة أن الإذاعة المحلية تهتم بمشاكل وانشغالات الجمهور مما جعله راضي عن الأداء الإعلامي لها.
- كما توصلت الدراسة الحالية و الدراسات السابقة إلى أن الإذاعة المحلية تعتمد بشكل كبير على المصادر الموثوقة و الهيئات الرسمية في تلقي المعلومات حول الأخبار الاقتصادية و البرامج المختلفة التي تبثها للجمهور المستمع في قوالب إخبارية أو رسائل إعلامية متعددة.
- بينت الدراسة الحالية و الدراسات السابقة أن مشكلة تمويل المؤسسات الصغيرة و الناشئة تعتبر أكثر تحدي لها و هذا سببه صغر السوق و ضعف التمويل و قلة حاضنات الأعمال.
- كشفت دراستنا و الدراسات السابقة أن التخلف التقني و عدم مواكبة التطورات يزيد من العقوبات التي تقف في طريق إنشاء المؤسسات الناشئة خاصة مع انتشار الرقمنة و زيادة الاهتمام بموضوع المؤسسات الناشئة و المشاريع الإبداعية و الابتكارية.

خاتمة:

خاتمة:

و في الأخير يمكن القول أن الإذاعة المحلية تولى اهماما كبيرا للمؤسسات الناشئة لما تشغله من أهمية بالغة في دعم الاقتصاد المحلي، حيث أنها تساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال توفير فرص عمل للعديد من الشباب و خريجي الجامعات لتساعدهم على تجسيد أفكارهم و إبداعاتهم في أرض الواقع، و تحويلها إلى مشاريع مبدعة ترفع من كفاءة الاقتصاد المحلي و الوطني.

و باعتبار المؤسسات الناشئة دعامة أساسية للتنمية الاقتصادية، نجد أن الإذاعة حاولت تعريفها و تقديمها للجماهير، حيث قامت بتشجيع الشباب على إنشاء مؤسساتهم الخاصة من خلال استضافة بعض النماذج لهذه المشاريع الناجحة.

و بالرغم من الأهمية التي تحظى بها الشركات الناشئة فإن طريق إنشائها لا يخلو من العقبات و المشاكل التي تحد من نجاحها، لذا وضعت الإذاعة المحلية بعض الاقتراحات التي تخفف من هذه العقبات و تمهد الطريق أمام هذه المشاريع الابتكارية حتى تحقق الأهداف التي تسعى إليها ، مما يؤدي إلى التطور السريع و رفع القدرة على المنافسة في ظل التطورات الراهنة.

قائمة المصادر والمراجع:

قائمة المصادر والمراجع:

المعاجم :

- 1- جبران مسعود: الرائد معجم عصري لغوي رتبت مفرداته وفقا لحروفها الأولى، ط 7، دار العلم للملايين، بيروت لبنان، 1992.
- 2- شوقي ضيف: المعجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية، جمهورية مصر العربية، 2004.

الكتب:

- 3- أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر، الجزائر، 2010.
- 4- إياد عمر أبو عرقوب: الاعلام الإذاعي و التلفزيوني نظرة إعلامية.. هندسية.. مهنية، ط1، دار البداية، الأردن، 2012م.
- 5- حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار: الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2008.
- 6- ربحي مصطفى عليان: البحث العلمي أسسه. مناهجه و أساليبه. إجراءاته، د. ط، بيت الأفكار الدولية للنشر والتوزيع، الأردن.
- 7- رضوان بلخيري: مدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال نشأتها و تطورها، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- 8- سعد سلمان المشهداني: منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2019.
- 9- صالح محمد حميد: دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، د ط، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 10- طارق الشاري: الإعلام الإذاعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 11- عيسى محمود الحسن: العمل الإذاعي ماهيته.. طبيعته.. مبادئه، د ط، دار الزهران للنشر والتوزيع، الأردن.
- 12- فؤاد الساري: وسائل الاعلام النشأة و التطور، د ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 13- محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاح: مناهج البحث في علوم الاعلام و الاتصال و طريقة إعداد البحوث، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الجزائر، 2019.
- 14- محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، 2019.
- 15- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، د. د. ن ، ط1، مصر، 2005.

- 16- محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- 17- مصطفى حميد كاظم الطائي: الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع، ط1، دار الوفاء لندنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، 2007.
- 18- مورييس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصبه للنشر و التوزيع، الجزائر، 2006.

المجلات :

- 19- اسمهان بن لعلام، كريمة بنان: المؤسسات الناشئة في الجزائر الواقع و التحديات و فرص الانطلاق، مجلة الدراسات الإعلامية و الاتصالية، المجلد 02، العدد 02، 2022.
- 20- بسويح منى، ميموني ياسين، بوقطاية سفيان: واقع و آفاق المؤسسة الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، 2020.
- 21- بن عياد جلييلة: دور المؤسسات الناشئة في التنمية الاقتصادية، مجلة الدراسات القانونية، بومرداس الجزائر، المجلد 08، العدد 01، 2022.
- 22- بن لخضر السعيد و آخرون: مفهوم المؤسسات الناشئة في الجزائر بين التبيي و الواقع، مجلة البحوث الإدارية و الاقتصادية، المسيلة، د. ع، د. س.
- 23- بو الشعور شريفة: دور حاضنات الأعمال في دعم و تنمية المؤسسات الناشئة startup دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، سكيكدة، المجلد 04، العدد 02، 2018.
- 24- بوعككة كاملة: المؤسسات الناشئة في الجزائر واقع و تحديات، المجلة الجزائرية لقانون الأعمال، المسيلة، المجلد 03، العدد 01.
- 25- بولقواس سناء: المؤسسات الناشئة في الجزائر: واقع التمويل و الدعم، مجلة قضايا معرفية، جيجل، المجلد 02، العدد 02، 2022.
- 26- حسين يوسف، صديقي إسماعيل: دراسة ميدانية لواقع انشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية ، بشار، العدد 1، 2021.
- 27- خيري نورة: محطات تاريخية من مسيرة الإذاعة الجزائرية إبان الاستقلال، مجلة الميدان للدراسات الرياضية و الاجتماعية و الإنسانية، قسنطينة، المجلد 2، العدد 07، 2019.
- 28- رشيد خيضر: دور الإذاعة المحلية و أهميتها في تنمية المجتمع المحلي- دراسة في الوسائل و الأساليب - ، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، الوادي، العدد 15، 2016.
- 29- زغيد نسيم لطفي، سلامي سمية، يوسف راضية: آليات تمويل و دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر لتحقيق الإقلاع الاقتصادي، مجلة البحوث الإدارية و الاقتصادية، د ن، د ع، المسيلة، 2021.

- 30- شريف غياط، منيرة بوفرح: دور المؤسسات الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة قضايا معرفية، قلمة، المجلد02، العدد 02، 2022.
- 31- طاهري لخضر بن العيد: أهمية ووظائف الإذاعة المحلية في الجزائر، مجلة الحوار الثقافي، الجلفة، المجلد 09، العدد 02، 2020.
- 32- عائشة بنو جعفر، إبراهيم طبوش أحمد: المؤسسات الناشئة في الجزائر: الواقع والتحديات، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد08، العدد01، 2021.
- 33- العلمي قواسمية، سالم يعقوب: المؤسسات الناشئة: قراءة في المفاهيم، الواقع والآفاق والتحديات في الجزائر، وأهم التجارب العربية، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، الوادي، المجلد 04، العدد01، 2022.
- 34- قدوري عبد القادر: الإذاعة المحلية الجزائرية و دورها الإخباري و التوعوي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، الوادي ، العدد24، 2017.
- 35- مغربي خيرة، صدوقي حميد: المؤسسات الناشئة بالجزائر وآليات دعمها وتمويلها، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، جامعة الشلف الجزائر، المجلد08، العدد02.
- 36- نور الهدى حمروش، كوثر بوترة: واقع تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، عنابة الجزائر، المجلد02، العدد02، 2022.

الأطروحات:

- 37- بداني فؤاد: سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية – دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم- ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية ، علم اجتماع الاتصال ، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2015-2016.
- 38- البقيع ادم إسحاق أبو الزاكي: دور الإذاعات المحلية في تحقيق التنمية، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير، كلية الدراسات العليا – كلية علوم الاتصال- تخصص إذاعة و تلفزيون، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2012م.
- 39- بوروية كاتية: إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر و سبل تطوير الآليات التمويلية في ظل المتغيرات الاقتصادية الراهنة، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، تخصص علوم اقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف 1، 2017-2018.
- 40- بوسته زهر الدين: ميكانيزمات دعم و ترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، علوم القانون الخاص ، جامعة الجزائر 1- يوسف بن خدة، 2019-2020.

الملاحق:



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي- تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



ملحق رقم 01:

استمارة بحث حول:

دور الإذاعة المحلية في التعريف بالمؤسسات الناشئة بولاية تبسة
- دراسة ميدانية بإذاعة تبسة المحلية -

تخصص: اتصال تنظيمي

- الرجاء من سيادتكم الإجابة على أسئلة الاستمارة و ذلك بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة.

ملاحظة: بيانات هذه الاستمارة سرية و لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبة:

- مرزوق بن مهدي

- ساعي صافية

السنة الجامعية:

2023/2022

المحور الأول: البيانات الشخصية.

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: 25-22 29-26 30 فأكثر
- 3- الحالة العائلية: متزوج (ة) عازب (ة)
- 4- المستوى التعليمي: ليسانس ماستر دكتوراه
- 5- التخصص:

المحور الثاني: مكانة البرامج الاقتصادية و التنمية في الباقية البرامجية لإذاعة تبسة المحلية.

6- هل ترون أن إذاعتكم تعنى باهتمامات و مشاكل جمهورها؟

نعم لا

7- حسب وجهة نظرك، ما البرامج المفضلة للجمهور المتلقي من بين البرامج التالية:

برامج اجتماعية برامج ثقافية برامج دينية برامج اقتصادية

برامج تنمية

8- هل الوقت المخصص للبرامج الاقتصادية و التنمية في إذاعة تبسة كاف؟

نعم لا

9- ما هي أهم مصادر المعلومات في البرامج الاقتصادية؟

.....

10- في اعتقادك، هل تساهم البرامج التنموية و الاقتصادية في دعم الاقتصاد المحلي؟

نعم لا

- في حالة الإجابة بنعم، كيف تساهم هذه البرامج في رفع كفاءة الاقتصاد المحلي؟

- من خلال طرحها لموضوع المؤسسات الناشئة

- من خلال بثها للأفكار الإبداعية و الجديدة

- من خلال تسليط الضوء على دور المؤسسات الناشئة في تحريك عجلة الاقتصاد الوطني

.....
.....
المحور الثالث: مساهمة إذاعة تبسة في التعريف بالتجارب الناجحة للمؤسسات الناشئة على مستوى الولاية.

12- كيف تقوم إذاعة تبسة المحلية بتعريف المؤسسات الناشئة لولاية تبسة؟

- من خلال تخصيص برنامج كامل يغطي موضوع المؤسسات الناشئة
- من خلال التطرق لبعض خصائص المؤسسات الناشئة و أهميتها في إحدى البرامج
- من خلال استضافة بعض الشباب الذين قاموا بتجارب ناجحة في مجال المؤسسات الناشئة

13- كيف تقدم إذاعة تبسة مجموعة التشريعات و القوانين الخاصة بالمؤسسات الناشئة لإزالة الغموض عنها في الباقية البرامجية؟

- من خلال التنسيق مع وزارة المؤسسات الصغيرة و المؤسسات الناشئة و اقتصاد المعرفة
- من خلال استضافة ممثلي الوصاية الخاصة بالمؤسسات الناشئة
- استضافة أساتذة جامعيين مختصين في الحقوق لطرح الموضوع و تقديم تفاصيل أكثر حوله
- فتح نقاشات مع خبراء في الميدان

المحور الرابع: الأساليب التوعوية التي تتبعها إذاعة تبسة لتشجيع الشباب على تأسيس استحداث مؤسسات ناشئة.

14- ما هي أبرز الأساليب التي تتبعها الإذاعة لتشجيع فئة الشباب و الطلبة على تأسيس مشروع مؤسسة ناشئة من بين الأساليب التالية؟

- استضافة بعض مؤسسي الشركات الناشئة لتقديم مشاريعهم و قصة نجاحها
- عقد اتفاقيات مع حاضنات الأعمال لتقديم خدمات و منح تجذب الشباب الطامح لاستحداث مؤسسة ناشئة

- العمل مع دار المقاولاتية لتقديم معلومات عن خصائص و مميزات المشاريع الجديدة و الابتكارية

15- حسب رأيك، هل هذه الأساليب كافية لجذب الانتباه أكثر حول موضوع المؤسسات الناشئة؟

نعم لا

المحور الخامس: الاقتراحات التي تطرحها إذاعة تبسة للتغلب على المشاكل التي تواجه المؤسسات الناشئة على مستوى الولاية.

16- من بين العناصر التالية؛ فيما تتمثل أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في ولاية تبسة؟

- نقص الإمكانيات و التمويل أو ما يعرف بضعف رأس المال المخاطر

- انعدام الخبرة لدى رواد المؤسسات الناشئة

- صغر السوق و محدودية فكرة حاضنات الأعمال داخل ولاية تبسة

17- هل ترى أن هذه العقبات التي تواجه الشباب خلال استحداث مؤسسات ناشئة يمكن التغلب عليها؟

نعم لا

18- من بين الخيارات التالية، ما الاقتراحات التي تصنفها لدعم المؤسسات الناشئة و التغلب على التحديات التي تواجهها؟

- إنشاء صناديق استثمارية تختص بدعم و تمويل المؤسسات الناشئة

- القيام بعدة تسهيلات و إعفاءات ضريبية للمبالغ المستثمرة في المؤسسات الناشئة

- تطوير التآزر مع المحيط المؤسسي، و تشجيع بروز المشاريع المبتكرة

- استقبال و احتضان و مرافقة المؤسسات الحديثة النشأة في الإذاعة لمدة معينة و كذا أصحاب

المشاريع

19- هل ترى أن اقتراح إعطاء تحفيزات أكبر من أجل الاهتمام بحاضنات الأعمال و المؤسسات الناشئة

كاف للحدّ من العقبات التي تقف في طريق إنشاء مؤسسة ناشئة؟

نعم لا

20- هل من الممكن أن تكون المؤسسات الناشئة أحد المكونات الرئيسية في البرامج الوطنية للتنمية

الاقتصادية و الاجتماعية؟

نعم لا

21- هل ترى أن زيادة الإنفاق الحكومي على البحث العلمي و إدماج الجامعات و مراكز البحث في

ارض الواقع يشجع على ثقافة الابتكار و المقاولاتية؟

نعم لا

22- حسب وجهة نظرك، هل ترى أن التخلف التقني و عدم مواكبة التطورات الحاصلة في بيئة

الأعمال الخارجية، يعد سببا رئيسيا في زيادة العقوبات التي تواجه المؤسسات الناشئة؟

نعم لا

البطاقات الفنية للشبكة البرمجية العادية 2023/2022

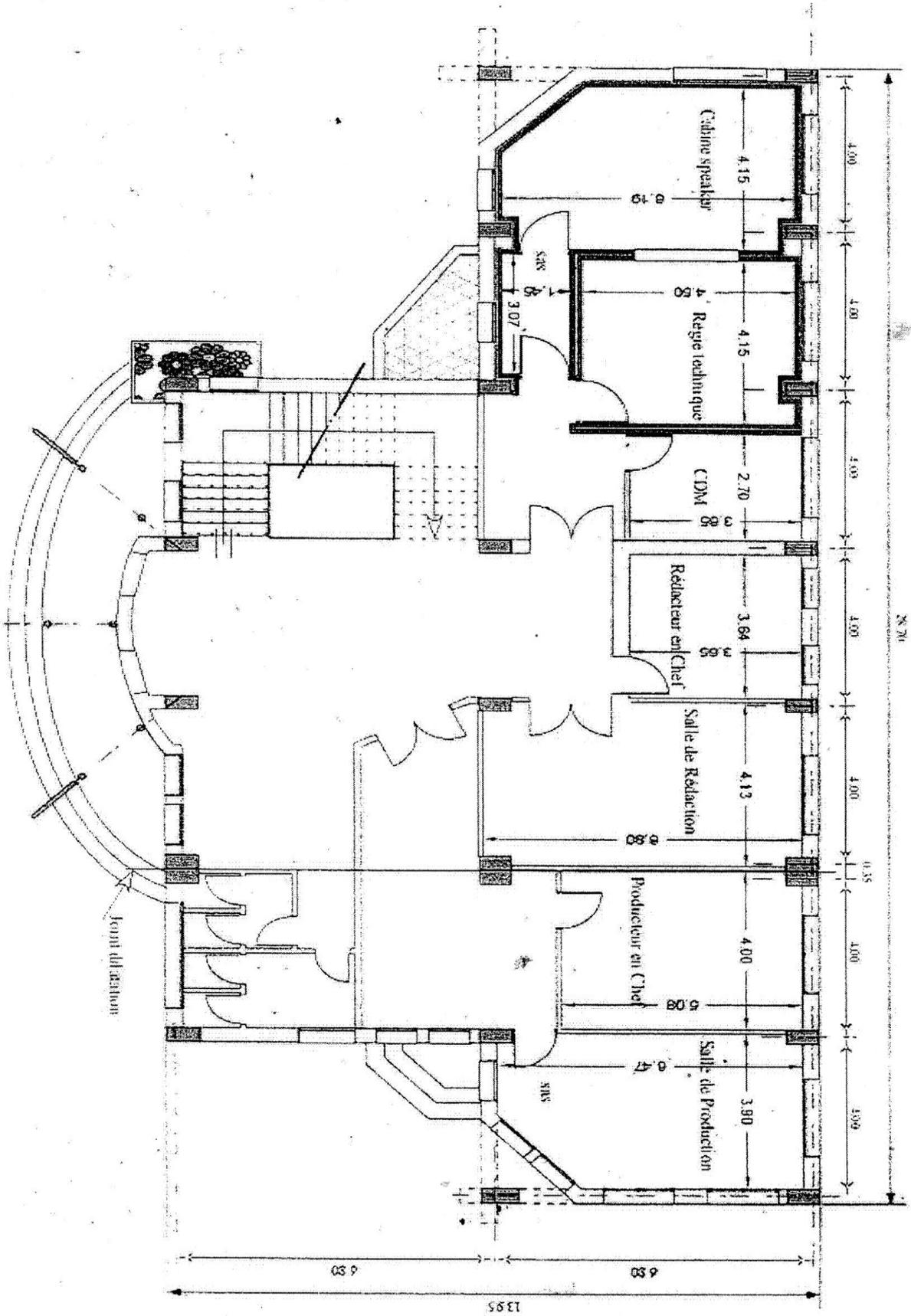
إذاعة تبسة الجهوية

الملحق رقم: 03

طريقة الإعداد	الوضعية الإدارية		الإعداد	يوم البث	البث		الدورية	المدة	الطابع	المحتوى العام	عنوان البرنامج
	بالقطعة	موظف			إلى..سا	من..سا					
مباشر +	X		منشط الفترة	يومي	08:55	07:15	يومي	115د	منوع	ترفيهي منوع يضم فقرات : حديث الصباح، الأحوال الجوزية ، الإرشاد الفلاحي ، السلامة المرورية ، ثقافة المستهلك الركن الصحي أغاني ، خدمات ، ضيف الصباح، حدث في مثل هذا اليوم ، مرة قهوة مرة حليب، تشييط و أغاني.....	نهاركم زين
مباشر تسجيلات		X	ملكية علاق	يومي الجمعة و السبت	09:57	09:05	يومي الجمعة و السبت	52د	اجتماعي تربوي	يهتم بعالم المرأة عموما وفقا لأركان : تدابير منزلية - الطبخ - التجميل - الطفولة - الصحة - استهلاك - تربية - علاقات - علم النفس	عالم حواء
مباشر		X	أحلام ديرم	الأحد	10:57	10:05	نصف شهري	52د	اجتماعي	برنامج يهتم بقضايا وانشغالات المراهقين وطرق معالجتها من طرف الآباء والمختصين	بلا حرج
مباشر			قسم الأخبار	الأحد تعاد	11:57	11:05	أسبوعي	52د	إخباري	يتابع ويهتم بكل انشغالات المواطنين المطروحة ويعرضها على المسؤولين لإيجاد الحلول	من قاعة التحرير
مباشر	X		صابر خالدي	الخميس	13:56	13:30	الأحد الخميس	26د	ثقافي	فضاء يهتم بجديد الفن والثقافة داخل وخارج الوطن	جديد الفن والثقافة
مباشر	X		هشام رزايقية	الأحد	15:57	15:05	أسبوعي	52د	إخباري	برنامج يهتم بالانشغالات الأسرة الجامعية ويسلط الضوء على الجوانب البيداغوجية والتنظيمية	في رحاب الجامعة

Aménagement dernière proposition

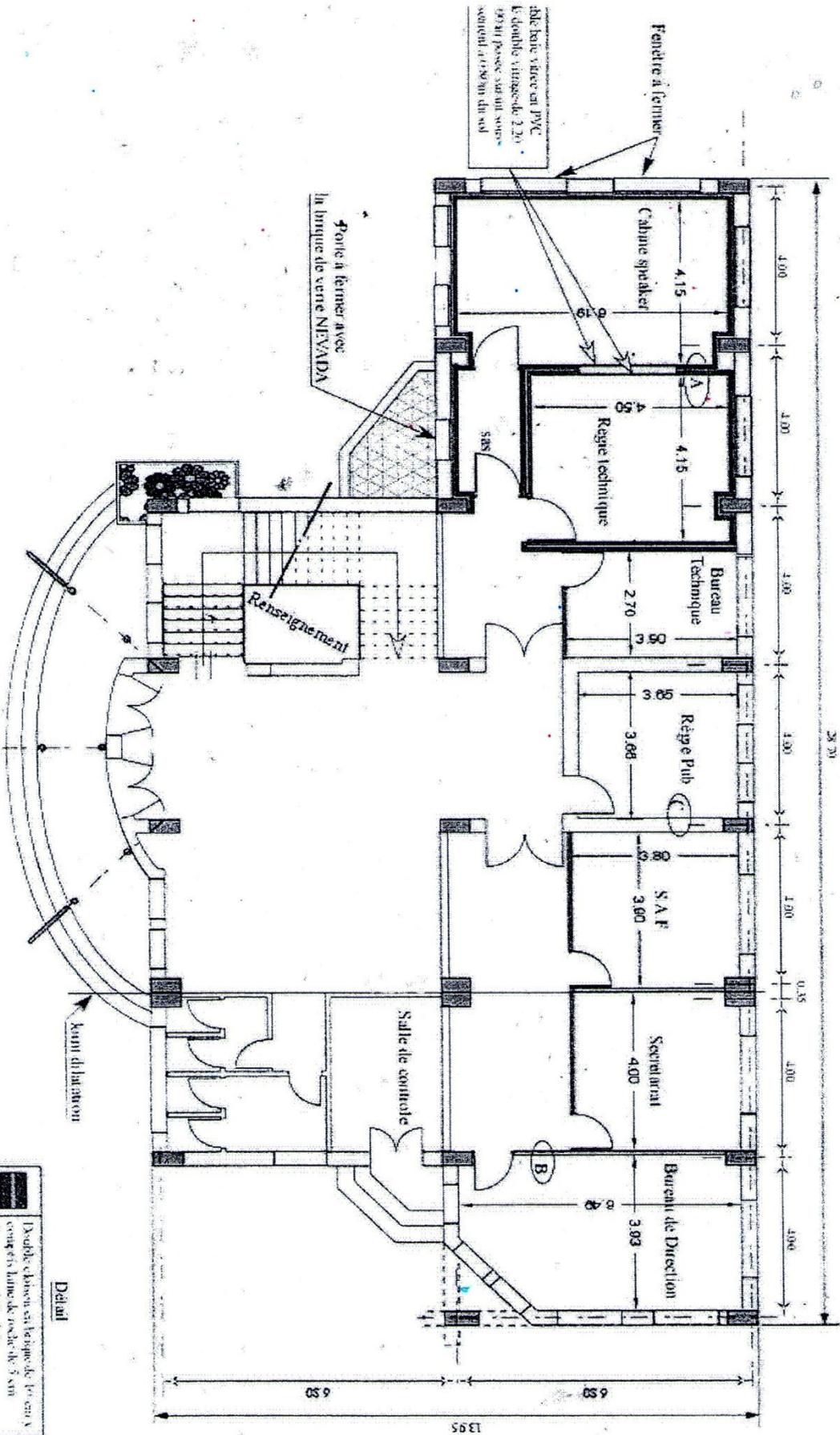
1er Etage



RADIO IBERESSA

Aménagement

PLAN DE REZ-DE-CHAUSSEE



Detail	
	Double vitrage en PVC avec encastrage de 5 cm et système (D&D) A1
	Châssis amovible en BA13 avec vitrage d'un D&D 16
	Existant existant (D&D) C1

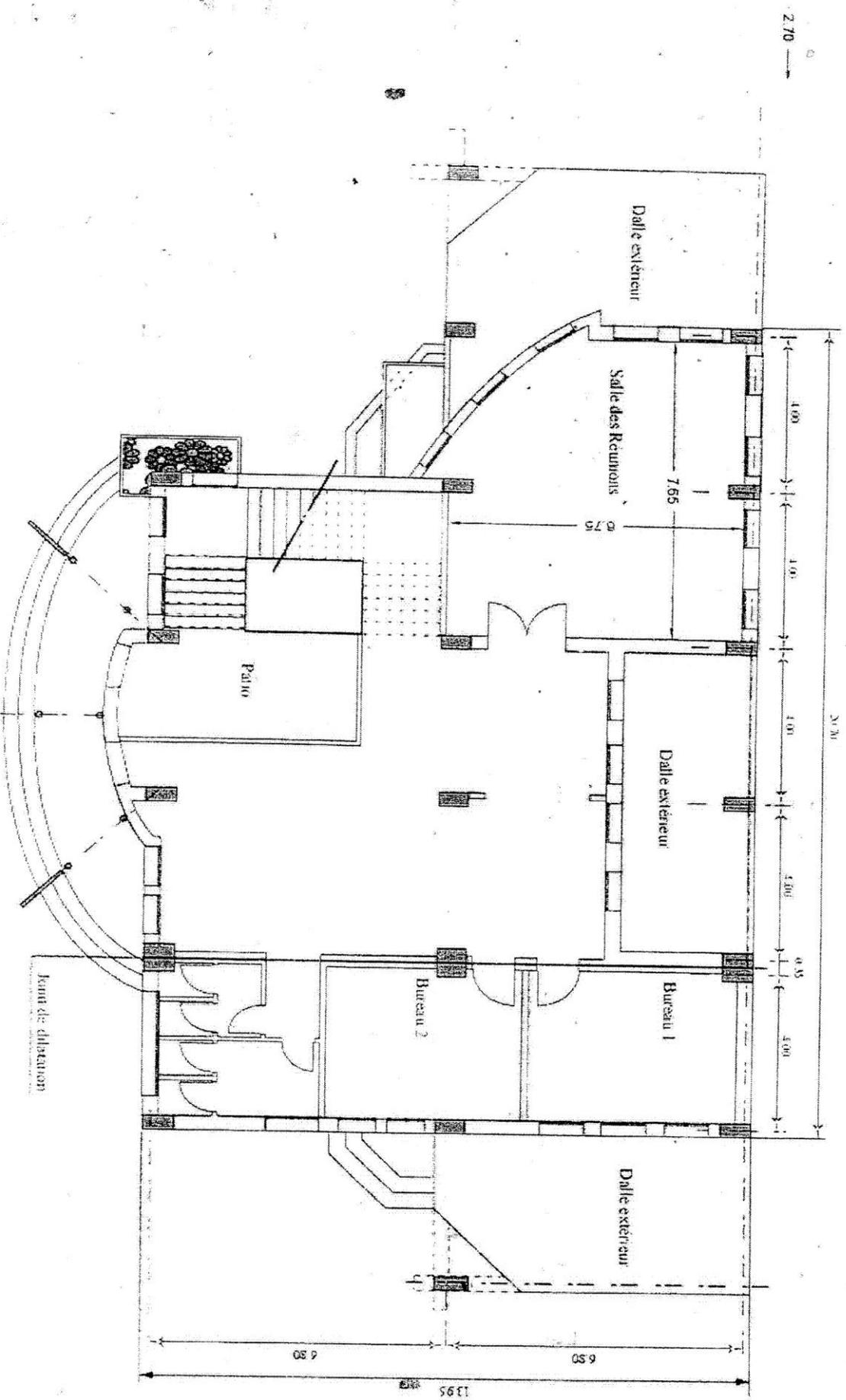


Algerienne
des Martyrs Alger

RADIO TERESSA

Aménagement

2ème Etage



الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تقوم به الإذاعة المحلية لتعريف المؤسسات الناشئة والتعقيب على كل خصائصها قصد لفت الأنظار حولها، بالإضافة إلى تحديد أهم آليات تمويلها في الجزائر. باعتبارها - المؤسسات الناشئة- من أهم محركات النمو الاقتصادي للدول في ضل التطورات الراهنة في كل العالم.

و للإجابة على إشكالية الدراسة المتمثلة في: ما هو دور إذاعة تبسة المحلية في تعريف المؤسسات الوطنية الناشئة ؟ اعتمدنا على المنهج الوصفي، وأسلوب المسح الشامل لجميع أفراد مجتمع البحث المتمثل في الإعلاميين و الصحفيين العاملين بمؤسسة الإذاعة الجهوية من تبسة و المقدر عددهم ب 13 إعلامي. كما استخدمنا أدوات البحث المتمثلة في: الملاحظة، والاستبيان الذي كان أداة رئيسية في جمع البيانات المتعلقة بمشكلة البحث، حيث قمنا بعمليات التحليل الكمي و الكيفي لمعطيات الاستمارة، و تمكننا من الوصول إلى العديد من النتائج أهمها: أن إذاعة تبسة تتبع العديد من الأساليب من اجل المساهمة في التعريف بالمؤسسات الناشئة في برامجها، و أنها تقترح العديد من الاقتراحات التي تساهم في دعم المؤسسات الناشئة و تمويلها و التخفيف من العقبات التي تحد من إبداعها ونموها.

الكلمات المفتاحية: الإذاعة المحلية/ المؤسسات الناشئة/ التمويل/ الإبداع/ المشاريع الابتكارية.

Summary:

This study aimed to highlight the role played by the local radio to introduce startups and comment on all their characteristics in order to draw attention around them, in addition to identifying the most important financing mechanisms in Algeria. As emerging institutions are one of the most important engines of economic growth for countries in light of the current developments in all the world.

To answer the problem of the study: **What is the role of the local radio station Tebessa in defining emerging national institutions?** We relied on the descriptive approach, and the method of comprehensive survey of all members of the research community represented by media professionals and journalists working for the Regional Radio Corporation from Tebessa, whose number is estimated at 13 media professionals. We also used the research tools represented in: observation, and the questionnaire, which was a major tool in collecting data related to the research problem, where we carried out quantitative and qualitative analysis of the data of the questionnaire, and we were able to reach many results, the most important of which are: that Radio Tebessa follows many methods in order to contribute to the definition of emerging institutions in its programs, and that it proposes many suggestions that contribute to supporting and financing emerging institutions and mitigating obstacles that limit their creativity. and its growth.

Keywords: Local Radio/Startups/Funding/Creativity/Innovative Projects.