

جامعة وهران 2
محمد بن أحمد
Université d'Oran 2
Mohamed Ben Ahmed



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية
الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة وهران 2

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم التربية

جامعة وهران 2
محمد بن أحمد
Université d'Oran 2
Mohamed Ben Ahmed



الموضوع:

الإعلام المهني: دراسة تقويمية من منظور المتربّصين

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر LMD في علوم التربية

تخصص: إرشاد وتوجيه

تحت إشراف الأستاذ:

أ.د هامل منصور

إعداد الطالبة:

العطاري فادية

السنة الجامعية: 2021 / 2022

شكر وتقدير

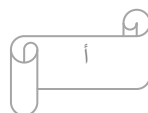
إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك، ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك، ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك، فلك الحمد حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه كما ينبغي لجلال وجهك ولعظيم سلطانك.

أما بعد:

أقدم خالص الشكر والتقدير إلى أستاذي المشرف الذي ساندني وقدم لي الإرشادات، الأستاذ الدكتور "هامل منصور" الذي تفضل بالإشراف على البحث، فكان لي خير ناصح ولم يبخل علي بعلمه ومعرفة فجزاه الله كل خير.

وأخص بالشكر و العرفان كل من أشعل شمعة في دروب علمنا أساتذتنا الكرام وكل أساتذة قسم علوم التربية.

والى كل من يؤمن بأن بذور النجاح تكمن في ذواتنا وأنفسنا قبل أن تكون في أشياء أخرى.



إهداء

أحمد الله عز وجل على منّهِ وعونه لإتمام هذا البحث.

إلى كل أفراد عائلتي الذين ساندوني طيلة مشواري الدراسي وواجهوا الصعاب لأجلي، وإلى رفيقة دربي وصديقتاي، وإلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد لإتمام هذا العمل.

إلى والديّ العزيزين أدامهما الله لي، إلى أخي وأخواتي وخاصة جدّتي وروح جدّي الذي توفّي أيّاماً قبل إيداع مذكرة تخرّجي، والمغتربين في الخارج بعيدين عن عيني، عمّي وعمّتي حفظهما الله، أهديهم من طيب غرسهم الكريم تقديراً لعطائهم.

وإلى كل من ساهم في هذا العمل ولو بكلمة أو نصيحة أو دعاء في ظهر الغيب، لهم منّي كلّ الشكر والتقدير.

ملخص الدراسة

عنونة هذه الدراسة ب "الإعلام المهني، دراسة تقييمية من منظور المتربّصين" وانطلقت من التساؤل التالي "ما مدى وصول الإعلام المهني للمتربّصين؟"

وللإجابة على التساؤل المطروح تمّ تبني الفرضيات الآتية:

- 1- يصل الإعلام المهني إلى المتربّصين بصفة جيّدة.
- 2- يؤثّر الإعلام المهني في الذكور بصفة إيجابية أكثر من الإناث.

وعليه هدفت الدراسة الحالية إلى:

- الكشف عن دور الإعلام في تفعيل دور مستشاري التّوجيه والتّقييم والإدماج المهنيين بمراكز التّكوين المهني.
 - محاولة توضيح علاقة مستشار التّوجيه ببناء الإعلام المهني للمتربّص.
 - مرافقة المتربّص طيلة مشوار تربّصه، بحيث يكون المشرف الرّئيسي على الاختصاص الذي يتكوّن فيه بما يكفل وضع الرّجل المناسب في المكان المناسب.
 - تحقيق توافقهم النّفسي بما يتناسب ومميّزاتهم الخاصّة.
- وعليه فإننا نسعى من وراء هذا البحث إلى تحقيق ماهية دور مستشار التّوجيه والتّقييم والإدماج-المهنيين في مرافقة المتربّص ومساعدته في التّخصّص الذي يتكوّن فيه.
- تقديم اقتراحات عمليّة لتحسين عمليّة توجيه المتربّصين وفق معايير عمليّة تراعى فيها الأسس النّفسيّة والتّربويّة والاجتماعيّة.

ولكي نختبر هذه الفرضيات تبنت دراستنا الحاليّة المنهج الوصفي، ولغرض اختبار فرضيات الدراسة، تمّ اختيار عيّنة مكوّنة من 100 فرد، بطريقة قصديّة، شملت الذكور والإناث.

وتّم الاعتماد على بناء مقياس من الطّالبة يقيس الإعلام المهني لدى المتربّصين.

وتمت معالجة البيانات التي تم الحصول عليها من الدراسة الميدانية إحصائياً، وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS النسخة 26.

وأُسفرت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

- يؤثر الإعلام المهني على الذكور أكثر من الإناث بصفة إيجابية إلا أنّ الحجم بدرجة ضعيفة.

- يصل الإعلام إلى المتربّصين بصفة جيّدة.

الكلمات المفتاحية: الإعلام المهني- المتربّصين- التّكوين المهني.

Study summary:

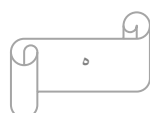
This study was titled "Professional media, an evaluation study from the perspective of stalkers" and started from the following question "What is the extent of the professional media's reach to stalkers?"

In order to answer the question posed, the following hypotheses were adopted:

- 1–Professional media reaches stalkers well.
- 2–Professional media affects males more positively than females.

Accordingly, the current study aimed to:

- Uncovering the role of the media in activating the role of professional guidance, assessment and integration advisors in vocational training centers.
- Attempting to clarify the relationship of the guidance counselor to building the professional media of the trainee.
- Accompanying the stalker throughout his apprenticeship journey, so that he is the main supervisor of the specialization in which he is formed in a way that ensures the right man is placed in the right place.
- Achieving their psychological compatibility in proportion to their special characteristics. Therefore, we seek from this research to



achieve what the role of the professional guidance, evaluation and integration consultant is in accompanying the stalker and assisting him in the specialization in which he is formed.

- Presenting practical suggestions to improve the process of guiding trainees according to practical criteria that take into account the psychological, educational and social foundations.

In order to test these hypotheses, our current study adopted the descriptive approach of the comparative causal type, and in order to test the hypotheses of the study, a sample of 100 individuals was intentionally selected, including men and women.

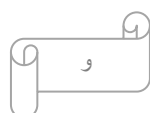
It was used to build a scale from the students that measures the professional media of the trainees.

The data obtained from the field study were processed statistically, using the statistical program for the social sciences SPSS version 26.

The results of the study yielded the following results:

- Professional media affects men more positively than women, but the volume is low.
- The media does reach harassers well.

Key words: Professional media – trainees – Professional formation.



الفهرس

- أ..... شكر وتقدير
- ب..... إهداء
- ج..... ملخص الدراسة
- 1..... مقدمة
- Erreur ! Signet non défini.** تقديم موضوع البحث
- 4..... 1- إشكالية الدراسة
- 9..... 2- فرضيات الدراسة
- 9..... 3- أهمية الدراسة
- 10..... 4- أهداف البحث
- 10..... 5- التعاريف الإجرائية لمفاهيم الدراسة
- 1..... تمهيد
- 2..... 1- الإعلام المهني
- 2..... 1- تعريف الإعلام
- 3..... 2- مفهوم الإعلام المهني
- 5..... 3- المفاهيم المشابهة للإعلام
- 7..... 4- الفلسفات التي بني عليها الإعلام
- 9..... 5- مفهوم التكوين المهني
- 11..... 6- مستويات التكوين المهني
- 12..... 7- أنماط التكوين المهني
- 8- ماهي الدّعائم الإعلامية المعتمدة حاليًا في مؤسّسات التّكوين المهني؟ وماهي
مضامينها؟ 15

- 9- حاجيات الشباب من حيث الإعلام المهني..... 19
- 10- مبادئ وأسس فعالية الإعلام المدرسي والمهني 21
- 11- على ماذا يتوقف نجاح خلايا التوثيق والإعلام؟ 23
- II- التوجيه 24
- 1- مفهوم التوجيه 25
- 2- التوجيه المهني في الإعلام 29
- 3- مراحل تطوّر التوجيه 31
- 4- أسس ومبادئ التوجيه 33
- 5- أهداف التوجيه 37
- 6- من هو مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين 38
- 7- مهام مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين 39
- 8- طرق الإعلام حول طريقة التوجيه والانتقاء 41
- 9- مرحلة الإعلام والتوجيه داخل المؤسسة التكوينية 42
- 10- مرحلة التحضير التقني والتطبيقي لعملية التوجيه 44
- 45 خلاصة
- Erreur ! Signet non défini.** الإجراءات المنهجية للدراسة
- 47 تمهيد
- 1- الدراسة الاستطلاعية 48
- 2- منهج الدراسة 49
- 3- عينة الدراسة 49
- 4- مجالات الدراسة 56
- 5- أدوات جمع البيانات 56

64	6- الأساليب الإحصائية المعتمدة في الدراسة
65	7- صعوبات الدراسة الميدانية
Erreur ! Signet non défini.	عرض ومناقشة نتائج الفرضيات
67	تمهيد
68	1- تهيئة البيانات
69	2- عرض نتائج الفرضية الأولى
74	3- عرض نتائج الفرضية الثانية
76	خاتمة واقتراحات
78	قائمة المراجع
Erreur ! Signet non défini.	الملاحق

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول:

الصفحة	العنوان	الجدول
47	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
49	يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص	02
51	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	03
54	يمثل المحاور الرئيسية التي يقيسها الاستبيان	04
56	يمثل معاملا الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة للمحور الأول	05
57	يمثل معاملا الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة للمحور الثاني	06
58	يمثل معاملا الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة للمحور الثالث	07
59	يمثل معاملا الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة للمحور الرابع	08
60	يوضح معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة	09
65	يوضح تهيئة البيانات والتحقق من عدم وجود قيم مفقودة وقيم شاذة	10
66	يمثل عرض نتائج الفرضية الأولى	11
67	يمثل نتائج حجم التأثير بين العينتين.	12
70	يمثل عرض نتائج الفرضية الثانية.	13

فهرس الأشكال:

الصفحة	العنوان	الشكل
9	يمثل الفلسفات التي بني عليها الإعلام.	01
13	يمثل أنماط التكوين المهني	02
20	يمثل فعالية الإعلام المدرسي والمهني	03
33	يمثل أسس التوجيه	04
48	تمثيل بياني لتوزيع أفراد العينة حسب الجنس	05
50	تمثيل بياني لأفراد العينة حسب التخصص	06
52	تمثيل بياني لتوزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	07

يعتبر التعليم الركيزة الأساسية لبناء مختلف المعارف والمهارات، واعتبار الإعلام في وقتنا الراهن العنصر المهم في فعالية أداءه، وبالتالي تتحقق التنمية المهنية ورفع كفاءته الأدائية والمعرفية والمهارية، وتُكسب مردودها على المتربصين وتُحقق المعرفة، حيث لم يبقى التركيز منصباً على تنمية الجوانب المعرفية فقط إنما أصبح الاهتمام والرعاية يشملان الجوانب النفسية والوجدانية والاجتماعية من أجل صناعة أجيال تتمتع بالصحة النفسية من ناحية والكفاءة العلمية والمهارة المهنية من ناحية أخرى، ولتحقيق ذلك تطورت خدمات التوجيه والإرشاد.

وقد أدركت الجزائر أهمية التوجيه والإرشاد في المنظومة المهنية، ويظهر ذلك من خلال إدماج منصب مستشار التوجيه في مراكز التكوين المهني من أجل التكفل التام بالمتربصين، وتوجيههم من خلال دخول عالم الإعلام إلى جانب ما يطمحون إلى تحقيقه من التحاقهم بمختلف مراحل التعليم وفي مختلف الشعب والتخصصات.

ويلاحظ في المجتمعات الحديثة أن المركز الاقتصادي والاجتماعي للفرد يتحدد عن طريق المهنة أو العمل الذي يؤديه أكثر من أي شيء آخر، وقد أيدت البحوث النفسية والاجتماعية هذا الرأي.

ولما كان مركز التكوين المهني يهتم بتنمية الشخصية السوية للمتربص اهتمامها بالمعرفة المهنية، فإن حرصه على تحقيق نمو سوي شامل متكامل لهم عن طريق تربص متكامل يعني بجميع الجوانب الانفعالية والاجتماعية والعقلية والجسمية بات من الأولويات ويدخل ضمن أهدافه وفلسفته، وأن النجاح الأكاديمي هو حجر الزاوية في رسالته، ليصبح المتربص أكثر تميزاً وتوافقاً ويحقق الإحساس بالسعادة والرضا، لأن الجودة في التربص ما هي إلا شعور المتربصين بالسرور والمتعة داخل مركز التكوين المهني.

وبذلك انطلقنا في هذه الدراسة من فكرة أساسية مفادها أن الإعلام المهني عملية بناءة هدفها تقديم يد المساعدة والعون للآخرين، ليتمكنوا من إمداد الرشد والمساعدة والعون

لأنفسهم، وهو ما يسمح للأفراد بأن يتحركوا في الاتجاه الصحيح الذي يجعلهم يحققون أهدافهم.

ومن أجل الإجابة على إشكاليات الدراسة ارتأينا في هذا العرض المختصر لموضوع دراستنا لاكتشاف مدى فعالية هذا العنصر في المنظومة الإرشادية ومدى مساهمته في تحقيق أهدافه حيث احتوت دراستنا على جانبين: الأول النظري والثاني التطبيقي، فقد جاء الجزء الأول للجانب النظري تحت عنوان تقديم موضوع البحث، وفيه تمّ التطرّق إلى الإطار العام للدراسة، الذي يعتبر مدخلا للبحث، حيث قدّمت الطالبة تساؤلات الدراسة، وفروضها، وأهميتها وأهدافها.

وأما الجزء الثاني تحدّثنا فيه حول الإعلام المهني والتّوجيه، حيث تمّ أولاً التّركيز على التعريف بالإعلام المهني، وكذا الفلسفات التي يبنى عليها، في حين تمّ شرح التّوجيه، ومراحل تطوره في ثانياً.

في حين تكوّن الجانب التطبيقي من الجزء الثالث والرّابع:

الجزء الثالث خصص لطريقة البحث لذكر الإجراءات الميدانية للدراسة، حيث سنذكر المنهج المتّبع والأهداف المقترحة، كما سنذكر إجراءات الدراسة الاستطلاعية والأدوات المستخدمة لجمع البيانات وصدق وثبات الأداة، ثمّ نبين مجال الدراسة والعينة من حيث حجمها وخصائصها، وإجراءات تطبيق الدراسة الأساسية، والأساليب المتّبعة لعرض وتحليل النتائج.

أمّا في الجزء الرّابع والأخير، تناولت الطالبة فيه عرض نتائج الفرضيات بعد المعالجة الإحصائية التي قمنا بها ثمّ عرض النتائج المتحصّل عليها، وتضمّن عرض ومناقشة وتفسير نتائج البحث ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة.

وفي الأخير نجد الخاتمة بالإضافة إلى المراجع والملاحق المعتمدة في الدراسة.

تقديم موضوع البحث

1- إشكالية الدراسة

يستخدم الإعلام المهني في العديد من الميادين والمجالات المختلفة، من أهمها ميدان التكوين المهني الذي يعدّ مجالاً أساسياً في فضاء التوجيه والإرشاد قديماً وحديثاً، تزايدت هذه الأهمية مع نموّ المشكلات في وسط التكوين المهني بسبب تطورات الحياة كما يلعب الإعلام المهني دوراً أساسياً في نجاح التوجيه داخل مراكز التكوين المهني وذلك بتقديم العون للمتريّصين على اختيار التخصّصات التي توافق وتناسب ميولاتهم واستعداداتهم وقدراتهم ومساعدتهم على تجاوز مشاكلهم لتحقيق التكيّف في وسط التكوين المهني.

ولكن حسب الإجراءات المعمول بها، وفي إطار السياسة التّربويّة القائمة وبعيدا عن الاكتفاء بالوصف حسب ما هو موجود بين النّظري والتّطبيقي في محتوى وأهداف الإعلام المهني، تبقى الإشكاليّة المطروحة حول مشكل مدى وصول الإعلام المهني إلى المتريّصين على مستوى مركز التكوين المهني.

في هذا الصّدّد حسب بوسنة محمود **Bosnie Mahmoud, 1998** جاءت العديد من الدّراسات، هدفها الأول والأخير توجيه التّلميذ لنوع الدّراسة الملائمة وفقا لقدراته وميولاته". (بوسنة محمود, 1993, ص170)

فتأكّد هذه الدّراسة أنّ ترك المجال للمتريّص أن يختار نوع التّخصّص الذي يتلاءم معه، يجعله يبدي قابليّته واستعداده للتّعلّم من خلال الكشف على طبيعة رغباته وميولاته.

وفي نفس الصّدّد تأكّد أحلام حسن محمود عبد الله **Ahlem Hassan Mahmoud Abdullah, 1981** في دراستها أنّ: "هناك جملة من العوامل المؤثّرة في الاختيار التّعليمي، تتمثّل في الجنس، رضا الأسرة، رضا المجتمع، المستوى الاجتماعي الاقتصادي".

وتوكّد دراسة عبد الرّحمن العيسوي **Abdul Rahman Al-Esawy, 1986** ، أن عمليّة اختيار التّلاميذ للدّراسة عمليّة معقّدة وليست سهلة إذ تتداخل فيها كثير من

العوامل والمؤشرات مما يستدعي ضرورة زيادة فاعلية التوجيه المدرسي في مختلف المراحل التعليمية...

في هذا السياق يقول العالم كارل روجر **Carl Rogers, 1940**، عن علاقة الميل باختيار نوع الدراسة في مرحلة التوجيه، باعتبار أن الميل تعتبر عاملاً مهماً في عملية التوجيه، ويشير روجرز بأنه: "إذا اتفق الاختيار مع الميل أو الاتجاه نحو التخصص يحدث توازن وتوافق دراسي والعكس صحيح". (عطية، 1999، ص464)

وفي دراسة للباحثة **هاجر بنت عبد الله الشيدي HadjerBentAbd Allah Schidi**، بعنوان الصعوبات التي تواجه أخصائي التوجيه المعني في مدارس التعليم ما بعد الأساسي في منطقة الباطنة بسلطنة عمان، مذكرة لنيل شهادة الماجستير سنة 2010، وهدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الصعوبات التي تواجه أخصائي التوجيه المهني في مدارس التعليم ما بعد الأساسي من خلال طرح التساؤل التالي: ما أهم الصعوبات التي تواجه أخصائي التوجيه المهني بمدارس التعليم الأساسي بمنطقة الباطنة بسلطنة عمان؟

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- وجود صعوبات تواجه أخصائي التوجيه المهني بمنطقة الباطنة بدرجة مرتفعة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 في طبيعة ومستوى الصعوبات التي تواجه أخصائي التوجيه تعزى لمتغيري المؤهل ولصالح فئة الدبلوم.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 في طبيعة ومستوى الصعوبات التي تواجه أخصائي التوجيه المهني تعزى لمتغير المنطقة

التعليمية. (أوصيف، 2016، ص11)

وتوجد دراسة للحاج **EL Hadj (2012)**، وهدفت إلى معرفة فعالية برنامج إرشادي جمعي لتطوير الميول المهنية لدى الطالب الجامعي في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وذلك لمعرفة فعالية البرنامج الإرشادي في تطوير الميول المهنية تجاه التخصص، تبعا للمستوى الصفّي بين الذكور والإناث، واستخدمت الباحثة المنهج التجريبي (شبه التجريبي) على عينة متجانسة مكونة من 35 طالب وطالبة ينتمون إلى قسم علم النفس بكلية أفريقيا الجامعية، واستخدمت الباحثة مقياس تطوير الميول المهنية نحو التخصص وهو مقتبس من حسب الرسول الأمين **محمد الشيخ** للميول المهنية، وبرنامج إرشادي نفسي جمعي يشمل إطار نظري وآخر عملي، ثم حلّلت البيانات باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية.

وذلك بالمعالجات التالية: اختبار(ت)، معامل ارتباط الرتب لسبيرمان وبيرسون، والوسط الحسابي، والانحراف المعياري، وتوصّلت الدراسة للنتائج التالية: يتّسم البرنامج الإرشادي بفاعلية في تطوير الميول المهنية نحو التخصص لدى الطالب الجامعي كلّما ازداد المستوى الصفّي لدى الإناث ولدى الطّلبة الراغبين في الدّخول بالتّخصّص. (علي، 2016، ص36)

وأجرى الصّبيخان **Sabikhan 2008**، دراسة هدفت إلى الكشف عن فاعلية برنامجين تدريبيين في تعديل الميول والاتّجاهات والاختيار واتّخاذ القرار نحو التّعليم المهني لدى طلبة المرحلة المتوسطة في المملكة العربية السّعودية، وقد تكوّنت عينة الدّراسة من 50 طالبا من طلبة المرحلة المتوسطة (ثالث متوسط) الذّكور، وقد تمّ استخدام ثلاثة مقاييس من إعداد الباحث لقياس أثر البرنامجين وهي: الميول، والاتّجاهات والاختيار، واتّخاذ القرار، وقد أشارت نتائج الدّراسة إلى فاعلية البرنامجين في تعديل الميول والاتّجاهات والاختيار واتّخاذ القرار نحو التّعليم المهني. (المرجع السابق، ص38)

وفي دراسة لنوتا وسوريسي **Nota & Soresi, 2004**، أجريت للتحقق من فاعلية برنامج يهدف إلى تحسين مهارات حلّ المشاكل وصنع القرارات الدّراسية والمهنية لدى الطّلبة في المراحل الدّراسية المتوسطة والثّانوية، وقد اشتملت العينة على 156 من طلبة مدرستين ثانويتين تقعان في مقاطعة صناعية شمال إيطاليا. كان 83 منهم ذكورا و73 إناثا، كانوا جميعا مشاركين في نشاطات للإرشاد الوظيفي، وقد تمّ استخدام العديد من الاختبارات لجمع وتحليل البيانات، منها: استبيان الأفكار والتوجّهات عن المستقبل الوظيفي الأكاديمي، ومسح حلّ المشاكل، وغيرها، وقد توصلت الدّراسة إلى أنّ تقديم برنامج مصمّم لزيادة الكفاءة العامة سيؤثر إيجابا على مهارات صنع القرار، وتقليل مستويات التدرّج بين الطّلبة المراهقين عند تقريرهم لمهنتهم المستقبلية، وأكدت على أهمية إدخال برامج تدخل للتغلب على مشاكل صنع القرار والتدرّد لدى هؤلاء الطّلبة.

وقام **هولاند** وباحثون آخرون بعدد من الدّراسات المتعلقة بأنماط الشّخصية المهنية والبيئة المهنية المطابقة لها، ففي الدّراسة التي أجراها **هولاند Holland 1977**، حول علاقة السمات الشّخصية المهنية بالتخصّصات الأكاديمية باعتبارها بيئات مهنية، اختار الباحثان عينة من طلبة المرحلة الجامعية تكوّنت من 534 طالبا وطالبة مورّعين على ستة تخصصات هي: الرياضيات والأحياء والمختبرات الطبية تمثّل البيئة والشّخصية المهنية العقلانية، في حين أنّ علم الاجتماع والتّمرّيز يمثلان الشّخصية والبيئة المهنية الاجتماعية، وإدارة الفنادق تمثّل البيئة والشّخصية المهنية المغامرة. وقد أشارت النتائج إلى أنّ أداء الطّلبة في هذه التخصّصات على قائمة **هولاند** للتفضيل المهني كان عاليا على نمط الشّخصية المهنية المطابقة لبيئتها المهنية، فقد كان 80% من طلاب المختبرات الطبية عقليين، وأنّ 66% من طلاب التّمرّيز اجتماعيين، و34% من طلاب إدارة الفنادق مغامرين. (المرجع السابق، ص 41-42)

لهذا يجب الإشارة إلى أنّ تحقيق إعلام ناجح قد يشترط مهارة من مستشار التّوجيه والتّقييم والإدماج المهنيّين، فبتدخّله سيملئ ذلك النّقص في الجوانب التي تحيّر المتربّص في اختيار تخصصه، من خلال اللّجوء إلى وسائل الإعلام بأنواعها. فالمتربّص لوحدّه ليس قادرا على اختيار تخصصه بشكل سهل.

لذلك من أجل تحقيق وصول كافي للإعلام المهني للمتربّصين يوجب جهد ومثابرة من مستشار التّوجيه والتّقييم والإدماج المهنيّين، كما هناك مجالات يجب أن يتدخّل فيها ليقاسم خبراته وقدراته مع المتربّص، ليساعده على تكوين رؤية واسعة ومحيطة بالمشكل.

كما أنّ عمليّة الإعلام المهني رئيسيّة في أنظمة التّوجيه والإرشاد الحديثة، وتطوّر أساليبها في كلّ بقاع العالم تهدف إلى تحقيق تسهيلات في الاختيار لمزاولة مختلف أنواع التّخصّصات، وباتت الجزائر كباقي البلدان تشهد هذه التّغيّرات في مختلف الميادين، من ضمنها الإعلام المهني الذي أصبح أكثر من أيّ وقت يلقي اهتمام المسؤولين ليحقّق أهداف رئيسيّة تتمحور حول المتربّص ومساعدته على الدّخول لعالم التّكوين المهني تماشيا مع رغباته وقدراته.

هذا من مهام مستشار التّوجيه والتّقييم والإدماج المهنيّين الذي يسعى لاستقطاب المتربّصين لمراكز التّكوين المهني فيساعدهم ويرافقهم ليفهم ما يريدون ويحقّقون تكيّفا نفسيا اجتماعيا مع محيط التّربّص، ويعرف استعداداتهم، وكفاءاتهم، ليحقّقوا توجيهها صحيا، انطلاقا ممّا حدّده الإعلام المهني، متّبعا وسائل لتنفيذه، وطرق مختلفة يزاولها مستشار التّوجيه والتّقييم والإدماج المهنيّين.

ومنه يمكن طرح السّؤال الذي ينطلق منه البحث، والذي يعدّ طريقا لبحثنا: ما مدى وصول الإعلام المهني إلى المتربّصين؟

وعليه صيغت التّساؤلات الآتية:

- هل توجد اتّجاهات إجابيّة نحو الإعلام المهني؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو الإعلام المهني؟

2-فرضيات الدراسة

للإجابة على تلك التساؤلات تبنينا الفرضيات التالية:

1. يؤثر الإعلام المهني في الذكور بصفة إيجابية أكثر من الإناث.
2. يصل الإعلام المهني إلى المتربصين بصفة جيدة.

3-أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الدراسة في:

- ❖ أن الإعلام المهني أداة فعالة لاكتشاف المواهب وصقلها وتنميتها.
- ❖ الأخذ بيد المتربصين ومساعدتهم على تلبية حاجاتهم ومطالبهم المستقبلية.
- ❖ إظهار نقاط القوة عند المتربص لمساعدته على التكيف مع وسط التكوين المهني.
- ❖ يمكننا من التعرف على مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين، والمهام التي يزولها في الجانب الإعلامي.
- ❖ أنه يمكننا من إدراك وفهم ما للإعلام المهني من أهمية بالغة في مجال اختيار التخصص المهني الذي يتكونون فيه.
- ❖ أنه يوضح لنا الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام المهني في اتخاذ المتربصين لقراراتهم بشأن اختيار التخصص الذي يرغبون التكون فيه.
- ❖ أنه يوضح لنا مفهوم الإعلام المهني، وكذا العوامل المحيطة به والمؤثرة فيه.

4- أهداف البحث

تظهر الأهداف من هذه الدراسة في:

- الكشف عن دور الإعلام في تفعيل دور مستشاري التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين بمراكز التكوين المهني.
- محاولة توضيح علاقة مستشار التوجيه ببناء الإعلام المهني للمتربص.
- مرافقة المتربص طيلة مشوار تربصه، بحيث يكون المشرف الرئيسي على الاختصاص الذي يتكون فيه بما يكفل وضع الرجل المناسب في المكان المناسب.
- تحقيق توافقهم النفسي بما يتناسب ومميزاتهم الخاصة وعليه فإننا نسعى من وراء هذا البحث إلى تحقيق ماهية دور مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين في مرافقة المتربص ومساعدته في التخصص الذي يتكون فيه.
- تقديم اقتراحات عملية لتحسين عملية توجيه المتربصين وفق معايير عملية تراعى فيها الأسس النفسية والتربوية والاجتماعية.

5- التعاريف الإجرائية لمفاهيم الدراسة

➤ **الإعلام المهني:** ونريد بالإعلام المهني هنا، حصص الإعلام التي يقدمها مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين للمتربصين، فهو عملية يقدم فيها للمتربصين معلومات عن أساسيات وخصائص تكوينهم ومتطلباته في الميدان، لمساعدتهم على الاختيار وأخذ القرار فيما يخص مستقبلهم المهني.

وهو بذلك نشاط يقدم فيه أيضا معلومات عن مسار التكوين المهني ومحيطه، مع شروطه كما هي موجودة فعلا.

➤ **التوجيه:** هو عملية مساعدة الفرد على أن يفهم ذاته، ويعرف استعداداته وقدراته وإمكانياته، ووضع خطط مستقبلية وأيضا يدل على العلاقة المهنية التي يكون فيها

المرشد مسئولاً عن تقديم العون للأفراد، ويمثله مستشار التوجيه الذي يسعى ليفهم ويحلل رغباتهم وكفاءاتهم واحتياجاتهم، وتعزيز القدرة على الاختيار، واتخاذ القرار، والاستعداد النفسي للمستقبل، لوضع الشخص المناسب في المكان والزمان المناسبين، لتحقيق التوافق النفسي والمهني.

➤ **مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين:** هي رتبة موظف التوجيه والتقييم

والإدماج المهنيين، يملك شهادة ليسانس أو ماستر علوم التربية، وهو المسئول عن أعمال مكتب الاستقبال، ويقوم بخدمات الإرشاد والتوجيه في مراكز التكوين المهني، من أجل تحقيق توجيه سليم وتحسينا للمردود المهني داخل مراكز التكوين المهني، من خلال الكشف عن استعدادات المتربصين والتعرف على ميولاتهم واحتياجاتهم وبالتالي يساعدهم في اختيار تخصص تكوينهم المهني.

➤ **المتربصون:** هم الشباب المسجلين في مؤسسات التكوين المهني من أجل متابعة

تكوينهم في تخصص مهني ما ضمن التخصصات المبرمجة في المركز.

➤ **مراكز التكوين المهني:** هي المراكز أو المعاهد المسؤولة عن التكوين والتعليم

المهنيين، تابعة لوزارة التعليم والتكوين المهنيين، تسعى لتكوين المتربصين في مهن وحرف شتى، وبالتالي الحصول على شهادة الكفاءة المهنية.

تمهيد

يصعب على أيّ متربّص تصوّر مشروعه الشّخصي في غياب المعلومة المناسبة التي تبصّره وتجمعه بواقع وطبيعة المحيط الاقتصادي والاجتماعي الذي يعيش فيه، إذ يعتبر وسيلة هامة تسمح برسم هذه العلاقة التي لها زوايا متعدّدة: فتوجيه المتربّصين يبني أساسا على التّوافق بين الرّغبة الدّائيّة والمؤسّسات الحقيقيّة للمتربّص ومتطلّبات التّخصّص المرغوب في هذه الزّاوية لأنّها أحد العناصر الأساسيّة في اتّخاذ القرار لدى المتربّص.

وعليه سننظرّق للإعلام المهني الذي يلعب دورا مهمّا في اتّصال مركز التّكوين المهني بالمحيط الاقتصادي والاجتماعي، لأنّه يساعد المتربّص على التّخطيط لمستقبله العملي وتحديد مسار حياته.

ويعتبر التّكوين المهني وسط يعلّم الفرد التّكيّف مع المحيط الذي يتكوّن فيه، بطريقة تساعد على الأداء بشكل أفضل ويجعله يرغب في التّعلّم والتّكوّن ليربط المتربّص مع تخصّصه بطريقة تناسب كفاءاته ومهاراته ليصبح مؤهّلا للقيام بذلك العمل على أكمل وجه.

ولمعرفة أهميّة الإعلام المهني، خصّصنا هذا الجزء لشرحها، فسنحدّث عن مفهوم الإعلام المهني إلى غاية الوصول لطرق نجاحه، وسنتعرّف على العديد من العناوين بشكل مفصّل.

1-الإعلام المهني

يعتبر التّكوين المهني وسط يعلّم الفرد التّكيف مع المحيط الذي يتكوّن فيه، بطريقة تساعد على الأداء بشكل أفضل ويجعله يرغب في التعلّم والتكوّن ليربط المتربّص مع تخصّصه بطريقة تناسب كفاءاته ومهاراته ليصبح مؤهّلاً للقيام بذلك العمل على أكمل وجه.

1-تعريف الإعلام

❖ الإعلام لغة: كلمة إعلام مشتقة من "العلم" وتقول العرب استعلمها الخبر، فأعلمه

إياه أي سار يعرف الخبر، إذن المعنى اللغوي هو "نقل الخبر".

❖ الإعلام اصطلاحاً: الإعلام هو عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة، وحقائق

واضحة وصادقة، وموضوعات دقيقة، ووقائع محدّدة، وأفكار منطقيّة وآراء راجحة

للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصّالح العام.

فالإعلام إذن يخاطب عقول الجماهير وعواطفهم ويقوم على المناقشة والحوار

والإقناع.

ومن خلال هذه المفاهيم نجد أنّ عملية الإعلام لها تأثير فعلي في سلوك الفرد

والجماعة، وهنا تكمن درجة أهمّيته وخطورته في نفس الوقت. (مواش، موقع منبر موظفي

التّوجيه والإرشاد المدرسي والمهني)

من خلال هذه التّعريفات يظهر لنا أن الإعلام ضروري وأساسي عند اختيار

المتربّص سواء لتكوّنه أو مهنته في إطار مشروع يتلاءم مع كفاءاته وقدراته الشّخصية

من جهة، وعالم الشّغل من جهة أخرى.

2- مفهوم الإعلام المهني

ويقصد بالإعلام المهني حسب الأستاذ أحمد بلقمرى **Ahmed Belgoumri**، أنه تنسيق وتخطيط أنشطة المؤسسة في مجال الإعلام والتوجيه المهنيين. (بلقمرى، 2013)

وحسب قبائلي صبرينة **Kibayli Sabrina**، مستشارة التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين: يعتبر الإعلام داخل مؤسسات التكوين المهني عملية تربوية تتجلى في مدّ الشاب، بمعلومات حول نفسه وحول الوسط المهني، من أجل التعرّف على نفسه ومعرفة محيطه الاجتماعي والاقتصادي من جهة وسوق الشغل ومتطلباته من جهة أخرى.

كما يعتبر العمود الفقري للتوجيه داخل مؤسسات التكوين المهني، وجزء لا يتجزأ من نظام التربية والتكوين، من هذا المنطلق، فالإعلام المهني -إن صحّ التعبير- سيرورة متواصلة ومستمرّة في الزمان والمكان، يواكب المسار الدراسي للتلميذ في جميع المستويات التعليميّة، داخل المؤسسات التربويّة، كما أنّه عملية تربويّة يصاحب النّمّو الفكري والجسمي للتلميذ، وتسير به إلى أعلى درجات النضج الفكري والمهني من خلال المعلومات المتواصلة والمكثّفة التي يتزوّد بها، حيث يسهم بشكل إيجابي في تعريفه بالوسط المهني وبالفرص المتاحة وتزويده بالمعلومات كما ونوعا.

فالإعلام المهني إذن، وسيلة توضع بين يدي التلميذ خصوصا والشباب عموما، لتساعده على التّحكّم في مختلف الوضعيّات من أجل تحقيق الأهداف التي يرسمها لنفسه، كما تمكّنه من اتّخاذ قرارات شخصيّة حرّة وواعية، استنادا إلى المعلومات التي يتوفّر عليها ويتوصّل لها تدريجيّا، استجابة لطلباته وطموحاته ورغباته الشخصيّة من جهة، ومتطلبات سوق الشغل من جهة أخرى.

ونظرا للمكانة البارزة لنظام التوجيه المهني ضمن منظومة التكوين المهني ببلادنا، فقد خصّته الوزارة الوصيّة بالأهميّة البالغة حيث تنصّ معظم النصوص القانونيّة على ضرورة توفير الإعلام الكامل والمضبوط للشباب وأوليائهم حول إمكانيات التكوين والشغل، ومساعدتهم على بلورة اختياراتهم في التوجيه ومشاريعهم المهنيّة، من خلال تزويد

الجمهور الواسع لاسيما فئة الشّباب منه بالمعلومات الضّروريّة لمساعدتهم على اتّخاذ قرارات التّوجيه، والقيام باختيارات موضوعيّة. (قبائلي، ص02)

وعليه لا يمكن أن يكون توجيه المتربّص دون وجود إعلام مهني غني ومتنوع عن مختلف التّخصّصات المهنيّة التي سيتكوّن فيها، لذلك لا بدّ أن يكون هذا الأخير (الإعلام المهني) مستمرّاً يدمج في مختلف مراحل تعليم التّكوين المهني، لأن الهدف الأوّل منه هو ربط علاقة بين المتربّص والتّخصّصات الموجودة، وبالتالي المهنة التي يمارسها مستقبلاً.

3- المفاهيم المشابهة للإعلام

بعدها عرف مفهوم الإعلام تطورا كبيرا في مدلوله وفي أبعاده، فهناك بعض الميادين التي تستعمل وسائل الإعلام وليس هي إعلام، ولكن هناك شبه كبير بينهما إلى درجة أنه يمكن وقوع اللبس، حيث تتمثل هذه الميادين فيما يلي:

- **الاتصال:** الاتصال هو آلية بواسطتها يمكن إيجاد وتطوير العلاقات الإنسانية، فالوظيفة المهمة للاتصال هي إنشاء اهتمامات بالنظر للوصول إلى أهداف معينة، وهذا يعني أن الفعل متبوع بردّ الفعل بنتيجة إيجابية أو سلبية، وفي المقابل فإن طرائق الإعلام لا تملك إرجاعا يعني أن هناك إرسال، لكن مصدر المرسل لا يعرف شيئا عن المقصود بالرسالة أو مصير الخبر، وأنّ الإعلام الحقيقي لا يتطلّب التغذية الراجعة.

- **التعليم:** كما أنه ينبغي أن نفرّق بين التعليم والإعلام من حيث أن الأول يعني توصيل الحقائق الثابتة والمهارات والخبرات المختلفة، أما الثاني فيقوم على توصيل المعلومات الجديدة والأحداث الجارية التي لم تتبلور بعد، ولكن ليست في صيغة قواعد ثابتة أو نظريات كما هو الحال في التعليم.

- **الدعاية:** أما الدعاية فهي محاولة التأثير في الجماهير عن طريق عواطفهم ومشاعرهم وفي سبيل هذه الغاية تتغاضى الدعاية عن بعض الحقائق الهامة أو بعض الأسس، ويحدث فيها تحويرا يظهر في هذه الأسس بشكل أو بآخر، ومن هنا كان لابد للإعلام بصورة مختلفة وللدعاية بأشكالها المختلفة أن تؤثر تأثيرا بعيد المدى في تكوين الرأي العام، والفرق بين الدعاية والإشاعة هو أن الدعاية تخدم أهدافا معينة وصريحة في حين أن الإشاعة تخدم أغراضا نفسية وغير صريحة، وسواء كانت الدعاية أو الإشاعة فإنّ مفهوميها يبتعد عن مفهوم الإعلام بعد الخيال عن الواقع. (الأعور،

2004، ص32-33)

- **الإشهار:** يعرف بعض العلماء الإشهار على أنه مجموعة من الوسائل التقنية تستعمل لإعلام الجمهور وإقناعه بضرورة استعمال خدمة معينة أو استهلاك منتج معين، أما

عن الفرق بين الإعلام والإشهار فإتنا نجده في الهدف الذي ينشده كل منهما، فالإعلام يكتفي بإعطاء المعلومات، أمّا الإشهار فهو يريد أن يقنع الناس ولهذا فهو يعطي للصيغة أهمية كبيرة ويصيغ الخبر بكيفية مناسبة بحيث يكون من ورائه مكسب مادّي وليس معنوي، وعلى هذا فهو نشاط تجاري وعملية اقتصادية ومن هنا يتنافى هذا الأخير مع الإعلام ولا يمكن التّعاش بينهما إلا بقدر كبير من الاحتياط والتّوازن.

(المرجع السابق، ص 32-33)

لذلك يجب التّفريق بين كل "مصطلح" وآخر لتفادي الخلط بينهم.

4-الفلسفات التي بني عليها الإعلام

لقد اختلف الإعلام من مكان لآخر، والسبب في ذلك هو اختلاف النظم الاجتماعية والثقافات والمشاعر، وذلك لأنّ الإعلام لابدّ أن يعكس كلّ الجوانب الثقافية والاجتماعية والسياسية، من هذا فإنّ الفلسفات التي نجم عنها الاختلاف في نظريات الإعلام توشك أن تتحصر فيما يلي:

شكل رقم (1) يمثل الفلسفات التي بني عليها الإعلام.



(المصدر: من إعداد الطالبة)

إنّهُ وعلى أساس هذه الفلسفات وباختلافها، اختلف الإعلام حسب الأمكنة والأسباب والعوامل المتوفّرة في كلّ بيئة وفي كلّ موقف، حيث أنّه وعلى حسب الموقف تتحدّد أهداف الإعلام، إذ أنّها تختلف من موقف إلى آخر. (الأعور، 2004، ص31)

فهذه الفلسفات تعتبر حجر أساس ينطلق منه مستشار التّوجيه يرسم من خلاله رؤية مستقبلية للموضوع الذي سيتطرّق إليه.

5- مفهوم التكوين المهني

يعرف بلقاسم سلاطينية **Belkacem Selatnia**، التكوين المهني: "بأنه يشكل رأسمال لا يمكن هدره، فالى جانب ما يتضمّنه من معارف تجديد المهارات والقدرات وتحفيز فإنّه من مكونات الحضارة الصناعيّة المعاصرة التي تقوم على التخصّص الدقيق المتجدّد". (سلاطينية، 2001، ص130)

كما يرى عادل حسن **Adel Hassen**، حسب ما ذكره سامعي توفيق **Toufik.S**، أنّ التكوين المهني هو نشاط مخطّط يهدف إلى إحداث تغييرات في الفرد والجماعات من ناحية المعلومات والسلوكات والاتجاهات ممّا يجعل الفرد أو تلك الجماعات ذات كفاءة إنتاجية. (سامعي، 2011، ص83)

وتشير نجاه ساسي هادف **Nadjet Sassi Haddif** إلى تعريف التكوين المهني بأنه: "الجهود الهادفة إلى تزويد العاملين بالمعلومات والمعارف التي تكسبه مهارة في أداء العمل أو تنمية وتطوير ما لديه من مهارات ومعارف وخبرات لما يزيد من كفاءته في أداء عمله الحالي، أو يعدّ لأداء أعمال ذات مستوى أعلى في المستقبل". (هادف، ساسي، 2014، ص22)

كذلك يعرف التكوين المهني كما ورد عند ميلاط صبرينة **Milat Sabrina** على أساس أنّه عملية تعليم وتعلّم يمكن الفرد من إتقان مهنته والتكيّف مع ظروف عمله. (ميلاط، 2007، ص8-9).

ويعرّفه بوفمجة غياث **Boufemja Ghiyath**، على أنّه مجموعة من النّشاطات تهدف إلى ضمان الحصول على المعرفة والمهارات والاتجاهات الضرورية لأداء مهنة معينة. "

كما يعرفه **P. Jardillier**، بأنّه عملية تقوم بنقل مجموعة مترابطة من المعارف والمهارات تؤدّي بالفرد إلى تغيير هامّ تسمح له بالقيام بمهام أخرى. (مسعودي، 2013، ص10)

وحسب تعريف أحمد السيّد محمد فرج **Ahmed Sayid Mohamed Fradj**،

أنّ التّكوين المهني باعتباره المدخل لأيّ عمل ذي طابع حرفي يهدف إلى التّعرف على مختلف الخدمات والعتاد والآلات والإجراءات وكذلك المعلومات النظريّة المتعلّقة بمجموعة من الحرف وذلك مع مراعاة أساليب العمل ومعدّلات الأداء لتزويد المتدريين بالدراية اللازمة حتّى يمكن أن يساهموا في تقدّم البلاد من النّاحيتين الاقتصاديّة والاجتماعيّة، ويمكن أن يتمّ ذلك داخل معاهد التّعليم أو أيّ مراكز خارج تلك المعاهد.

(المرجع السّابق، 2013، ص10)

من التّعريفات السّابقة نرى أنّ التّكوين المهني مجموعة من النّشاطات تهدف

لاكتساب سلوكيّات وقدرات وكفاءات تساعد المتربّص على أداء تربيّسه بقدرة عالية.

6-مستويات التكوين المهني

فالتكوين يحدث تغيرات على ثلاث مستويات:

- **المستوى المعرفي:** حيث يهدف التكوين المهني إلى تنمية المستوى المعرفي وذلك بتزويد المتكويين بالمعارف المطلوبة وتوضيح المكتسب المعرفي وإعداد الكفاءات.
- **مستوى المهارات:** يهدف التكوين المهني إلى امتلاك المهارات وتمييزها من أجل رفع مستوى الأداء لدى المتكويين.
- **مستوى السلوكيات:** عملية التكوين لا تقتصر على تزويد المتكويين بالمعرفة والمهارة بل تتجاوز ذلك ليشمل سلوك الفرد. (شليحي، شعنان، 2018، ص4-5)

7- أنماط التكوين المهني

ينتفع التكوين المهني بالجزائر إلى خمسة أنماط وهي كما يلي:

❖ **التكوين الإقليمي:** يجري هذا النمط من التكوين داخل هياكل تكوين مخصصة

ومجهزة لذلك وتتمثل هذه الهياكل في مراكز التكوين المهني والتمهين وفي المعاهد

الوطنية المتخصصة في التكوين المهني.

ويكون التكوين الإقليمي داخل مؤسسة تكوين معينة طيلة مدة التبرص ويستكمل

بفترات تدريبية تطبيقية تنظم في الوسط الصناعي لصالح المترشحين.

❖ **التمهين:** الهدف من نمط التكوين عن طريق التمهين هو إعطاء المترشح المتمهين

تأهيل مهني يضعه في الاتصال المباشر مع المهنة داخل ورشة عمل أو لدى حرفي

ماهر في مؤسسة إنتاجية أو مصالح إدارية ويتم التكفل بالمتمهين من طرف الحرفي

نفسه أو التقني في ورشة المصنع أو المسؤول الإداري ويكسب المتمهين بذلك مهنته

بالاحتكاك مع الواقع، أما الجانب النظري فيأخذ المتمهين ويستفيد منه على مستوى

مركز التكوين المهني الأقرب من المكان الذي يتابع فيه تمهينه ويوجد نص قانوني

قائم ينظم كل الأطراف المعنية أو المصلحة الإدارية-المتمهين-مركز التكوين المهني

والتمهين المهني.

❖ **التعليم المهني عن بعد:** الهدف من هذا النمط من التكوين هو ضمان تقديم الدروس

التكوينية عن طريق المراسلة أي البريد حيث تصل إلى مقر سكن المسجلين

وللاستفادة من دروس التعليم المهني عن بعد يجب القيام بإجراءات التسجيل لدى

مصالح المركز الوطني للتعليم المهني عن بعد.

إن التعليم المهني عن بعد لا يضمن التكوين إلا في المهن أو التخصصات التي

لا تتطلب تجهيزات خاصة أو معقدة. (مسعودي, 2013, ص14-13)

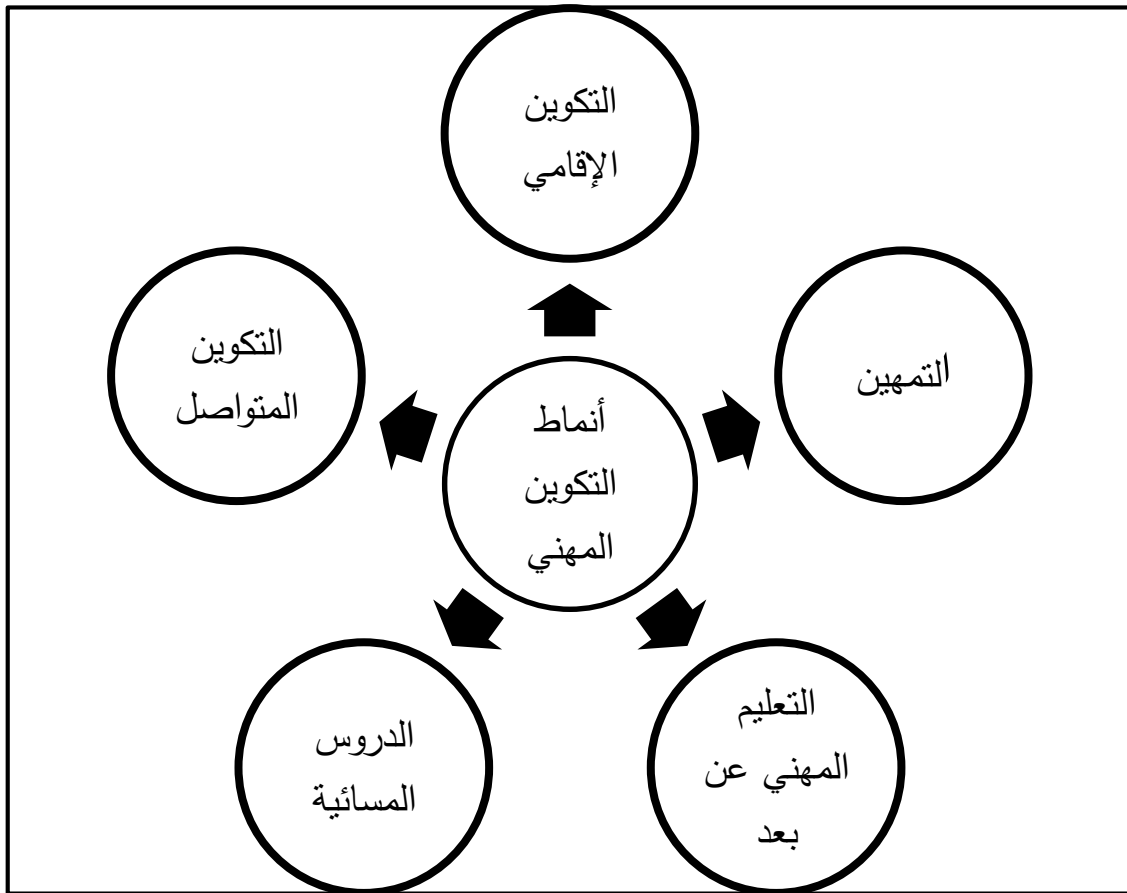
❖ الدروس المسائية: تعتمد هذه الطريقة التكوينية على أساس تنظيم دروس التكوين في المؤسسات العادية في آخر النهار وبعد الانتهاء من دروس التكوين الإقامي العادية حسب مواقيت مدروسة حيث يناسب هذا النمط من تكوين العمال والموظفين والذين يرغبون في اكتساب التأهيل أو في الرفع من مستواهم لتحسين مسارهم المهني.

❖ التكوين المتواصل: وهو نمط ينظم تكوين بواسطته لصالح العمال والموظفين طيلة حياتهم المهنية ويسمى كذلك التكوين أثناء الخدمة والهدف من وراء هذا النمط هو ضمان تحسين الكفاءات-الرسكلة-وتجديد التقنيات وأساليب الإنتاج.

(المرجع السابق، ص 14-13)

ويمكن تلخيص ما ذكرناه في الشكل التالي:

الشكل رقم (02) يمثل أنماط التكوين المهني.



(المصدر: من إعداد الطالبة)

من خلال ما سبق نرى أنّ أنماط التّكوين المهني كثيرة ومتعدّدة من أجل مراعاة مجموعة كبيرة من المتكوّنين.

8- ماهي الدّعائم الإعلاميّة المعتمدة حاليًا في مؤسّسات التّكوين المهني؟ وماهي مضامينها؟

إنّ الدّعائم الإعلاميّة المعتمدة حاليًا تتنوّع بين ما هو مكتوب، رقمي وإلكتروني، ومحتوياتها تعتمد في تبليغ المضامين الإعلاميّة إلى الشّباب على أكمل وجه وذلك كما يلي:

▪ الإعلام المكتوب:

- تضمّ دعائم الإعلام المهني مطويّات: تعرّف بالتخصّصات المفتوحة خلال كلّ دورة، شروط الالتحاق بها، والشّهادات الممنوحة حسب أنماط التّكوين المهني.
- وثائق إعلاميّة تحدّد مستويات التّكوين المهني، أنماط وأنواع التّكوين المهني، التّعليم المهني ومؤسّسات التّكوين المهني المستقبلية على الصّعيد الجهوي والوطني، عروض التّكوين على المستويين الولائي والوطني.
- البطاقات الوصفية والتّعريفية للتخصّصات.
- القصاصات الإعلاميّة المتضمّنة لملفّ التّسجيل.
- ملصقات وإعلانات عن التّخصّصات وعن أهمّ مواعيد الدّخول المهني لكلّ دورة.
- المجلّات الدّورية التي تكون شاملة وتتضمّن معلومات مختلفة ومتنوّعة.
- إنجاز روبرتاجات معرفة بالمؤسّسات التّكوينيّة واستغلالها في مختلف التّظاهرات الإعلاميّة.
- إنجاز اللافتات الخاصّة بالتّسجيلات وبمختلف الأنشطة الإعلاميّة كالمعارض، القوافل الإعلاميّة، الأبواب المفتوحة.
- ضبط قوائم المستخدمين في الوسط المهني وإشراكهم في العمل الإعلامي. (قبايلي،

ص 2-3)

▪ الإعلام تجاه تلاميذ المؤسسات التربوية:

- من خلال المكاتب المشتركة التي يتم تفعيلها خلال فترتين: ماي وديسمبر والتي تسبق الدورتين التكوينيّتين.

- تنظيم زيارات لفائدة تلاميذ المؤسسات التربوية للمؤسسات التكوينية بمناسبة تنظيم الأبواب المفتوحة على التكوين والتعليم المهنيين للاحتكاك بالمتربّصين والاطلاع عن قرب بمختلف التخصّصات.

- الاتّصال بجمعيات أولياء التلاميذ.

- مرافقة تلاميذ المؤسسات التربوية في زيارة للمؤسسات الاقتصادية بالمنطقة الصناعيّة.

(المرجع السابق، ص 2-3)

- تنظيم معارض على مستوى مؤسسات التربية بالولاية بمناسبة الأسبوع الوطني للإعلام.

- تنظيم ندوات وحصص إعلامية لفائدة تلاميذ الأقسام النهائية وتزويدهم بمختلف الدعائم الإعلامية.

▪ الأيام الإعلامية:

- تنظيم أسابيع إعلامية داخل المركز وخارجه وخاصة داخل المؤسسات التربوية لتقريب الصورة لتلاميذ المؤسسات التربوية وتعريفهم بمختلف المهن التي يوقرها القطاع.

- تنظيم معارض على مستوى دور الشباب تتضمن إنجازات متربّصي القطاع.

- تنظيم أبواب مفتوحة على التكوين المهني يسمح للشباب وأوليائهم بالاطلاع على الفرص المتاحة.

- تخصيص حلقات أسبوعية للإعلام المهني لمتربّصي المراكز لإشراكهم في العمل الإعلامي.

- المشاركة في الصالونات الولائية للمهن بإشراك مختلف الشركاء ودعوة الإعلاميين للإذاعة المحليّة بغرض تغطية الصالون. (المرجع السابق، ص 4-3)

- تنظيم قوافل إعلامية لبلديات ودوائر الولاية.

- تنظيم أيام دراسية من طرف خلايا الإرشاد والتوجيه على مستوى المؤسسات التكوينية بالتنسيق مع ممثلين عن المؤسسات التالية:

CAM-ADS-ANGEM-ANSEJ-ANEM-CNAC الهدف منها التعرف بمختلف مؤسسات الدعم والتشغيل وكيفية الاستفادة منها لبناء المتربصين لمشاعركهم المهنية.

▪ الإعلام عن طريق الصحافة:

- تنظيم حصص إعلامية ضمن برامج الإذاعة والتلفزة الوطنية، ينشطها متخصصون في التوجيه المهني.

- تنظيم ندوات صحفية بحضور مراسلي وسائل الإعلام لمختلف الصحف.

- تنظيم مداخلات في الإذاعات المحلية لمختلف المواضيع المتعلقة بالقطاع.

▪ الإعلام الإلكتروني:

- الموقع الإلكتروني للوزارة الوصية والذي يسمح بالاطلاع عن أهم المعلومات وكذا التسجيل عبره في مختلف التخصصات. (المرجع السابق، ص 4-3)

- ويتضمن المواقع والعناوين الإلكترونية تضم أسماء مؤسسات التكوين المهني من مراكز ومعاهد وتوزيعها الجغرافي وعناوينها، وإجراءات التسجيل بها، والتخصصات، وشروط الالتحاق، والمقاعد المتوفرة، وكيفية الانتقاء، ونظام التكوين، ومدّة التكوين، والدبلوم المخول.

- صفحات الفيسبوك التي أصبحت مجالا للتواصل وتبادل المعارف والخبرات والتعرف أكثر على المؤسسات التكوينية. (المرجع السابق، ص 4)

ولضمان نجاح هذه النشاطات وتوسيعها يمكن الاستعانة بالشركاء الرئيسيين للقطاع، نذكر من بينهم:

- مراكز التوجيه المدرسي والمهني. (تبانى، 1998، ص 6)

- مراكز إعلام وتنشيط الشباب.

- دور الشباب.

- الحركة الجمعويّة.

- الوكالات الجمعويّة للتشغيل.

- الجماعات المحليّة. (المرجع السابق، ص6)

وبذلك يلعب الإعلام المهني دورا هاما في ربط مؤسّسة التكوين بالبيئة الاجتماعيّة والاقتصاديّة، حيث يساعد المتربّص على رسم الخطط الأساسيّة لمستقبله العلمي والعملية وتحديد صورة حياته العامة.

9- حاجيات الشّباب من حيث الإعلام المهني

أصبحت المضامين الإعلامية المشار إليها أنفا ذات أهمية بالغة، إلا أنّ الشّباب طالبي التّكوين يطرحون عدّة أسئلة تتجاوز ما هو مسطرّ بالدّعائم الإعلامية، فأثناء مشاوراتهم مع مستشار التّوجيه تطفو إلى السّطح عدّة أسئلة تكشف عن رغبات طموحة وتبيّن نظرة هؤلاء الشّباب الواسعة إلى المستقبل، وحبّ المعرفة المتزايد والبحث عن معلومات أكثر أهميّة، ترتبط بالفرد ومجال اهتماماته المهنيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة.

إنّ الشّباب طالبي التّكوين يستوعبون دون عناء المعلومات المتعلّقة بالتّخصّصات وبشروط الالتحاق والشّهادات التّكوينيّة الممنوحة لكن الحيرة تبقى بادية على محياهم، ذلك أنّهم يرغبون في معلومات أكثر دقّة، تحدّد حاجيات الحاضر، وتغوص في خبايا المستقبل، لتنهال أسئلتهم على مستشار التّوجيه قبل وأثناء فترة التّسجيلات، وعلى سبيل الذّكر لا على سبيل الحصر نذكر بعض هذه الأسئلة: أيّ جديد في التّخصّصات؟ ما هي التّخصّصات والمسالك التّكوينيّة المؤدّية إلى مهن متميّزة ومميّزة؟ وما هي مميّزاتها؟ وما هي القطاعات الأكثر امتصاصا لليد العاملة؟ وغير هذه الأسئلة كثير جدّا، تتطلّب الأجوبة عليها التّوفّر على معلومات وافرة ودقيقة، وإحصائيّات وإسقاطات على المدى القصير والمتوسّط على الأقلّ، لتلبية حاجيات الشّباب طالبي التّكوين والاستجابة لطموحاتهم من أجل بناء مشاريعهم المهنيّة.

إنّ الواقع التّكويني المعاش، ومتطلّبات سوق الشّغل يحتمّ توافر وسائل ودعائم إعلاميّة مهنيّة شاملة طوال السّنة، من أجل إعلام مهني فعّال، ومن أجل توجيه مهني هادف، حتّى يتمكّن الشّباب من ملامسة مميّزات ومتطلّبات التّخصّصات المدروسة، وتحديد أهدافهم والعمل على تحقيقها، وحتّى تتحقّق طموحات الشّباب وتطلّعاتهم، وكذا إحصاء لمختلف المهن والوظائف حسب التّخصّصات المدروسة، والقطاعات الاجتماعيّة والاقتصاديّة، وكذا متطلّباتها ومميّزاتها وكلّ ما يرتبط بها إداريًّا واجتماعيًّا... (قبايلي، ص5)

كما يكمن دور مستشار التّوجيه في تركيز جهوده حول العمليّات الإعلاميّة الجوهريّة للتّوجيه، المتجليّة في: المقابلات الفرديّة الهادفة إلى التّعرف على الشّباب وتعريفهم بأنفسهم و التّقييم المهني والنّفسي باعتماد روائز متخصصة من أجل مساعدة الشّباب على بلورة مشاريعهم المهنيّة. (المرجع السّابق، ص5)

وبذلك يكون الهدف من الإعلام مساعدة المعني على أن يكون أكثر استقبالا للمعلومات، كما أنّه يعمل على مساعدة الفرد على القيام بتخطيطات وقرارات أكثر واقعيّة، ويساعده على التّوسع الدّاتي في المحيط والعمل على وضع علاقة بين قيم المتربّص ورغباته والمحيط الخارجيّ، وإيقاظ المتغيّرات التّحفيزيّة التي تدفع بالمتربّص إلى البحث عن الإعلام مما يساعده على جمع المعلومات ذات الصّلة المتينة فيما بينها بحيث تكون ذات أهميّة سواء في مسيرته التّكوينيّة أو في حياته المهنيّة.

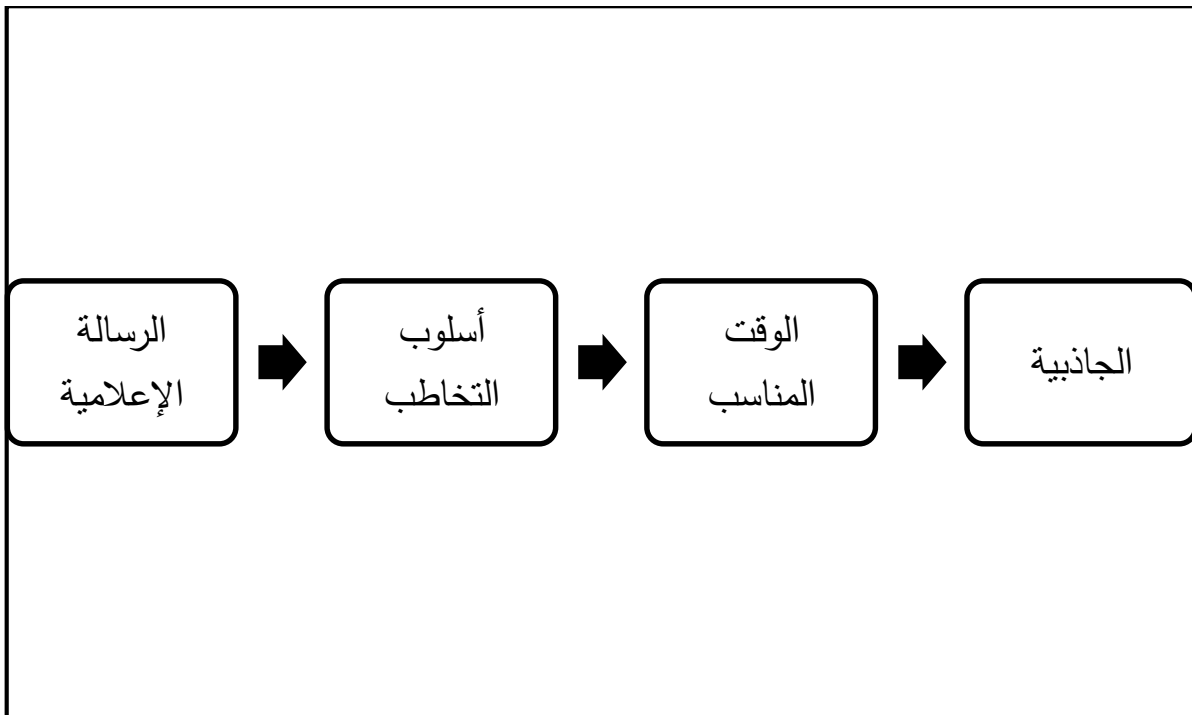
10- مبادئ وأسس فعالية الإعلام المدرسي والمهني

لضمان فعالية الإعلام المدرسي والمهني يجب الاعتماد على المبادئ الآتية:

- ✓ مناسبة الرسالة الإعلامية لاهتمامات وتطلّعات المتعلّمين في مختلف المراحل الدراسيّة.
- ✓ أسلوب التّخاطب: يجب أن يكون بلغة المتعلّمين ومفاهيمهم أو مصطلحاتهم المتعارف عليها والتي تتناسب مستوياتهم العقليّة. يعني أن يمتاز بالبساطة والصّراحة والوضوح مع دقّة المعلومات والحقائق التي تثير اهتمام التّلميذ.
- ✓ الوقت المناسب: إنّ نجاح الرّسالة الإعلامية مرهون باختيار الوقت المناسب لتقديمها. حيث لا يمكن تقديم معلومات لتلاميذ حول متطلّبات الدّخول المدرسي في نهاية الفصل الأوّل.

- ✓ الجاذبيّة: باعتماد أدوات وطرق تتوفّر على عنصر التّشويق للمحتوى الإعلامي وتجلب انتباه التّلاميذ، من خلال التّركيز على الجوانب التي تلبّي حاجاتهم واهتماماتهم. (مواش، موقع منبر موظّفي التّوجيه والإرشاد المدرسي والمهني)

شكل رقم (3) يمثل فعالية الإعلام المدرسي والمهني



(المصدر: من إعداد الطالبة)

وقد وضعت هذه المبادئ والأسس قصد تسهيل عملية الإعلام لتسهيل إيصال المعلومات إلى المتربّصين.

11- على ماذا يتوقف نجاح خلايا التوثيق والإعلام؟

إن نجاح خلايا التوثيق والإعلام يتوقف على:

- الحرص على اختيار مكان تنصيب الخلية بحيث يكون ملائماً لطبيعة النشاط الذي يتم فيه.
 - تخصيص مكان للخلية يسهل على التلاميذ الالتحاق به مع تجنب استغلال حيز من المكتبة قدر الإمكان.
 - الحرص على أن تكون الوثائق التي تحتويها خلية التوثيق والإعلام مرتبطة ومنظمة حسب التخصصات والأهمية والمستويات التعليمية وبطريقة تستهوي المستعمل وتمكّنه من الاستفادة منها.
 - سهر المستشار الرئيسي للتوجيه المدرسي والمهني المكلف بالخلية على حسن سيرها على أن تكون أبوابها مفتوحة لكلّ التلاميذ والأساتذة الراغبين في الحصول على المعلومات وذلك في معظم الأوقات ضماناً للإعلام المستمر الذي تتحقق بفضلها الأهداف المرجوة وحتى يجعل التوثيق والإعلام المدرسي والمهني في متناول التلاميذ والأساتذة يجب العمل على تنشيط خلية التوثيق والإعلام وتسييرها بطريقة بيداغوجية... (نجاه، علوي، 2011)
- من خلال ذلك نجد أنّ الإعلام المهني يلعب دوراً كبيراً في وسط التكوين، حيث يعتبر كنشاط تربوي يسمح للمؤسسة بالتفتح على واقع المحيط الخارجي وذلك عن طريق التعرف على القوانين والموارد البيداغوجية من جهة، ونشاطات وحاجيات الفرد من جهة أخرى.

II-التوجيه

التوجيه عمليّة منظّمة تهدف إلى مساعدة الفرد على فهم ذاته ومعرفة قدراته واكتشاف ميولاته واكتشاف شخصيّته المهنيّة واتّخاذ القرار المهني المناسب لحلّ مشكلاته والوصول به إلى نوع من الملائمة بين تطلّعاته ومؤهّلاته من جهة واحتياجات المجتمع والفرص التعليميّة والمهنيّة المتاحة من جهة أخرى، انطلاقاً من مفهوم التّوجيه الذي يتطلّب التّعريف وتوظيف واستخدام جملة المبادئ والأفكار التي تتحدّث حول الاختيارات المهنيّة والميول وأثرها على التّوافق المهني.

بحيث يكون قادراً على العمل بالمهنة المناسبة التي يستطيع أن يعدّ نفسه لها ويتطوّر خلال عمليّة التّربّص، تحقيقاً للتّوافق النّفسي والاجتماعي، على أنّ المسار التعليمي الذي يحقّق أهداف هذا التّوجيه يتنوّع بحسب إمكانيات المتربّص العلميّة والمهنيّة بعبور التّعليم المهني.

على أساس كلّ ما ذكر جاء هذا المبحث لبيّح لنا الفرصة لتحدّث عن مفهوم التّوجيه ومراحل تطوّره، ثمّ سنتكلّم عن أسسه وأهدافه، ونثني على ذلك بالحديث عن التّوجيه والإرشاد المهني، وبعدها ننتقل إلى أساسيّات التّوجيه المهني، ثمّ نحاول وضع تعريف لمستشار التّوجيه والتّقييم والإدماج المهنيين، وكذا مهامه والعلاقة التي تربطه بالتّكوين المهني، لنقوم في الأخير بتوضيح علاقة الإعلام المهني بالتّوجيه.

1- مفهوم التوجيه

لقد تعددت وتنوعت مفاهيم التوجيه، حيث نجد بعض الباحثين قد عرفوا التوجيه بحسب الميدان الذي يطبق فيه، إذ نجد تعريف للتوجيه المهني وآخر للتوجيه المدرسي وباعتبار أن التوجيه سيرورة تستمر مع الفرد على مدى الحياة، فإننا سنتطرق إلى بعض المفاهيم له بصفة عامة، فالتعاريف التي وردت لشرح مصطلح التوجيه متعددة ومتنوعة وتمثلت في:

تعريف مسعود بوطاف **MaseoudBoutaf**، بأنه: " العملية التي تبين للفرد ما هي حظوظه في النجاح في ميدان دراسة معينة وفي مستوى محدد أو تخصص مهني أو آخر وفي درجة معينة من التأهيل".

حيث نجد تعريف أحمد زكي محمد **Ahmed Zaki Mohamed**، إلى جانب هذا بأنه: " العملية التي يتم بواسطتها توجيه كل فرد من أفراد المجتمع نحو فروع التعليم التي تتفق مع قدراته العامة واستعداداته الخاصة وميوله الرئيسية، بحيث تعد له الوسائل التي تساعده -طبقاً لإمكانياته المذكورة -على النجاح في حياته وخدمة المجتمع الذي يعيش فيه.

وبالإضافة إلى أن مقدم عبد الحفيظ **Abd El HafidMkadem**، يرى بأن التوجيه هو: " في حقيقته مساعدة التلاميذ على اختيار الدراسة التي تتناسب مع إمكاناتهم ورغباتهم بناءً على تقنيات موضوعية وإرشاد صحيح.

كما يعرفه أحمد زكي بدوي **AhmedZakiBadoui** على أنه: "العملية التي تقدم للتلاميذ والطلبة في اختيار نوع الدراسة الملائمة والتي يلتحقون بها، والتكيف معها والتغلب على الصعوبات التي تعترضهم في دراستهم وفي حياتهم الدراسية بوجه عام". (الأعور، 2004، ص 47-48)

وبعد عرضنا لهذه التعريفات وإذا تفحصنا معانيها وإلى ما ترمي إليه، فإننا نستطيع أن نقول بأنها تركّز على ما يتوفّر للفرد من إمكانيّات توجّهه إلى دراسة ما أو مهنة ما بناء على إمكانيّاته واستعداداته وكذا رغباته وشخصيّته، وذلك باستخدام تقنيّات وآليّات توجيهيّة موضوعيّة وإرشاد صحيح، من أجل الوصول إلى الغاية المنشودة وهي التكيّف الصّحيح للفرد مع حياته ومجتمعه.

بالإضافة إلى هذا فإنّ هذه التعريفات تتّفق إلى حدّ بعيد مع ما جاء في طيّات المنحى التشخيصي للتّوجيه، حيث أنّ الفرد هنا لا يقوم بأيّ دور ولا بأية فعاليّة في اتّخاذ القرار تجاه اختياره الدّراسي أو المهني، حيث يعتمد التّوجيه بناءً على المنحى التشخيصي على عمليّتين أساسيّتين هما تحليل الفرد وتحليل العمل.

وهنا يقوم المختصّ في التّوجيه بعمليّتي تحليل الفرد وتحليل العمل، ثمّ يقوم بعد ذلك بعملية المطابقة بين ما يتوفّر في الفرد من خصائص ومتطلّبات العمل... (المرجع السابق، ص47-48)

كما عمل **Jinzberg** جينزبرغ، على إعادة تحديد بعض المفاهيم مثل اعتبار مفهوم الاختيار المهني سيرورة ممتدّة عبر الزّمن على أنّه عملية ليست آنيّة وإنّما سيرورة ممتدّة عبر الزّمن.

من هذه التعاريف نجد تعريف **Saad Jalle** سعد جلال الذي قال بأنّ التّوجيه هو: "مجموع الخدمات التي تهدف إلى مساعدة الفرد على أن يفهم نفسه ويفهم مشاكله وأن يستغلّ إمكانيّاته الدّاتية من قدرات ومهارات واستعدادات وميول وأن يستغلّ إمكانيّات بيئته، فيحدّد أهدافا تتّفق مع إمكانيّاته من ناحية وإمكانيّات هذه البيئة من ناحية أخرى".

كما يقول **Carré** بأنّ التّوجيه هو "السيرورة التي من خلالها يبني الفرد تدريجيّاً مشروعه المهني والمستقبلي، والذي على أساسه يعطي معنى لتكوينه، كما أنه يجند كل طاقاته وإمكانيّاته للنجاح في التّكوين وذلك بالأخذ بعين الاعتبار الوقت والوسائل الممكنة

لتحقيقه، حيث تتبّع هذه السيرة بنضج متتالي والذي من خلاله يتشكل المشروع".
(المرجع السابق، ص 49)

تعرف الجمعية الأمريكية لعلم النفس، **APA, 2015**، التوجيه بأنه: النصح وتقديم المشورة بالتعاون مع المسترشد، وغالبا ما تستخدم البيانات الشخصية والمقابلات والاختبارات النفسية المساعدة على ذلك.

ويعرف **بركات Barkat**، التوجيه بأنه: "مجموعة من الخدمات التي تهدف لمساعدة الفرد وعلى أن يفهم نفسه ويفهم مشاكله وأن يستغل إمكانياته الذاتية من قدرات ومهارات واستعدادات وميول، وأن يستغل الإمكانيات البيئية فيحدد أهدافا تتفق وإمكانياته من ناحية وإمكانيات هذه البيئة من ناحية أخرى نتيجة لفهم نفسه وبيئته ويختار الطرق المحققة لها بحكمة وتعقل فيتمكّن بذلك من حلّ مشاكله بحلول عملية تؤدي إلى التكيف مع نفسه ومجتمعه فيبلغ أقصى ما يمكن بلوغه من النمو والتكامل في شخصيته".

ويشير **الشناوي Channeoui 1994**، بصفة عامّة إلى أنّ التوجيه هو مساعدة تقدّم للأفراد لاختيار ما يناسبهم على أسس سليمة وذلك لتحقيق التوافق في المجالات المختلفة للحياة.

ويخلص **الزعبي Zoebi**، إلى أنّ التوجيه هو عملية بناءة تهدف إلى مساعدة التلاميذ والطلّاب على فهم أنفسهم فهما صحيحا، بحيث يمكنهم ذلك الفهم من رسم الخطط المستقبلية التي تساعد في اختيار نوع الدراسة المناسبة لهم والاستمرار والنجاح فيها، وحلّ المشكلات التي تعوق توافقهم مع أنفسهم ومع الآخرين من أجل تحقيق أهدافهم التي يسعون إليها.

ويعرف **الحريري والإمامي El Harriri & El Immami 2011**، التوجيه بأنه: "عملية منظّمة تقوم على التخطيط السليم وتحديد الأهداف المراد تحقيقها في مساعدة الطّالب على فهم ذاته وإدراك ما يواجهه من صعوبات ومشاكل عن طريق التفاعل الإيجابي معه، وتقديم المساعدة اللازمة التي تدفعه لأن يسخر كلّ إمكانياته واستعداداته

لخدمة أغراضه وشقّ طريقه في الحياة بما يحقّق السّعادة والرّضا له ولمجمعه. (عتوته، 2017، ص6)

ومن هذه التّعريفات نستنتج بأنّ التّوجيه هو عبارة عن عملية منظّمة على شكل خطوات وتخطيطات، وإرشادات يضعها المستشار عن أفراد وفئة معيّنة من الناس؛ ليساعدهم على تحقيق أهدافهم بالشّكل الصّحيح، أي دون الحاجة لطرق ووسائل قد تعرّضهم للوقوع في الخطأ والضّرر، وهو يشمل أموراً عديدة، كالتّوجيه الذي يقوم به الأب والأمّ في المنزل، عن طريق توجيه أبنائهم وتربيتهم تربية سليمة، وصقل شخصيّاتهم، بما يخدمهم ويخدم المجتمع، والتّوجيه في التّعليم، والتّوجيه من الأمور التي تحتاجها جميع فئات المجتمع، سواء في العمل، أم في المنزل، أم في الشارع، أم في أي مكان، وبدونه لا يستطيع الفرد تحقيق أيّ هدف.

2- التّوجيه المهني في الإعلام

حيث يقصد بها حاجة الأفراد إلى المساعدات الفنيّة، وخاصّة التي تكون منظّمة، بحيث يكون ذلك وفقا لمجموعة من الخطوات العلميّة المدروسة، بالإضافة إلى ضرورة تناسب هذه الخطّة مع القدرات الفرديّة، والتي بدورها تؤثر على التّوجيه المهني الإعلامي. وبالتالي فإنّ الهدف الأساسي للتّوجيه هو ضرورة توفير الحلول البديلة للمشكلات الفرديّة، بحيث يتمّ اختيار الحلّ البديل الذي يتناسب مع التّوافق النّفسي للفرد، بالإضافة إلى إمكانيّة الشّخص في تقبّل كافّة الحلول التي تستند إلى إشباع الخيال غير الواقعي، بالإضافة إلى الدّوافع القهريّة.

وبالتّالي يقوم التّوجيه المهني على استخدام العناصر التي تتعلّق ببصيرة الفرد والمجتمع، كما تساهم في توفير التّوضيح المناسب للأفراد عن المهن الإعلاميّة بكافّة مستوياتها، كما توفر له الفرص من أجل اختيار الأنشطة المستقبلية في الحقول الإعلاميّة.

ويشتمل التّوجيه المهني في الإعلام على مجموعة من البرامج المهنيّة، التّربويّة والبرامج النّفسيّة منها:

- خدمات تزويد الأفراد بالمعلومات الضّروريّة.
- خدمات تتعلّق بالتّوظيف والتّشغيل.
- خدمات تتعلّق بالمتابعة والتّكليف في كافّة مراحل العمل الإعلامي.
- خدمات تتعلّق بالتّوجيه الفردي.
- خدمات تتعلّق بالتّوجيه التّعليمي.
- خدمات تتعلّق بكيفية جمع المعلومات المناسبة.
- خدمات تتعلّق بالتّعرّف بكافّة الميادين المتخصّصة في الحقول الإعلاميّة.

(مهدي, 2020)

ومنه الإعلام هو وسيلة تسهّل التعبير على شخصيّة المتربّص، وذلك عن طريق مشاريع ذات طابع اجتماعي ومهني، أين يكون هو المتحكّم والذي يراه ذا معنى بالنسبة له والهدف إذن هو السّماح حالياً أو فيما بعد بالتّوجيه الذاتى الصّادر من التّفكير الذي يتعلّق سواء باختيار التّخصّص الذي يريد أن يتكوّن فيه أو بالمهن والنشاطات الاجتماعيّة.

3-مراحل تطوّر التّوجيه

إنّ نشأة التّوجيه تعود إلى زمن الحياة البدائيّة " فالحياة البدائيّة ورغم بساطتها سادها نوع من التّوجيه في محيط الأسرة، بحيث أنّ مصير المرء يتقرّر من الخارج... عن طريق مولده ونسبه ومركزه الاجتماعي، فمن قدّر عليه أن يولد ابن صانع أو زارع أو تاجر أو شريف، فقد تقرّر مصيره عن طريق هذه الحقيقة البسيطة وليس أمامه إلاّ الرّضوخ لإرادة المجتمع على أنّها اختيار أزلي لا يقبل المناقشة".

وأخذ التّوجيه منذ ذلك الزّمن يتطوّر ويتقدّم إلى الأمام، وذلك تبعاً لتعقّد الحياة وزيادة مشاكلها، وتبعاً كذلك للحاجة الملحة في كلّ عصر من العصور، حتّى أصبح على ما هو عليه الآن، ولكن كل هذا حدث عبر مراحل عديدة ومتسايرة من حيث الزّمن والتي سنذكرها بإيجاز في الآتي:

✓ **مرحلة التّركيز على التّوجيه المهني:** لقد كانت حركة التّوجيه المهني التي بدأت في أمريكا خلال فترة الكساد الاقتصادي في الثلاثينيات هي مهد حركة الإرشاد والتّوجيه، نشأ التّوجيه المهني على يد فرانك بارسونز **Frank Parsenz**، سنة 1909 وكان يدور حول إيجاد وسائل تمكّن من وضع الشخص المناسب في المهنة المناسبة. حيث حدّد بارسونز **Parsenz** للتّوجيه المهني مبدئين هما:

- دراسة الفرد ومعرفة قدراته واستعداداته وميوله.

- مدّ الفرد بالمعلومات الكافية عن المهن المختلفة والحرف وما تتطلبه من قدرات واستعدادات وميول حتّى يتمكّن من اختيار المهنة أو الحرفة التي تلائمها. (الأعور، 2004، ص 49-50-51)

✓ **مرحلة التّركيز على التّوجيه المدرسي:** لقد كانت أوّل محاولة لنشأته على يد ترمانكيلى **Terman Killi** الذي نشر رسالة عن التّوجيه المدرسي بكلية المعلمين بجامعة كولومبيا للحصول على شهادة الدكتوراه، حيث كان هدفه من التّوجيه المدرسي وضع أساس علمي لتصنيف الطّالب في دراسة من الدّراسات أو موضوع من

الموضوعات التي تدرّس، ومن ثمّ دخل التّوجيه إلى المدارس بشكل يقارب أهداف التّوجيه المهني.

وفي عام 1923 نظّم مجلس التّربية الأمريكي لجنة للتّجارب في ميدان الخدمات الشّخصيّة للطلّبة، هذا وبالإضافة إلى عقد مؤتمرات وجمعيات أخرى ساهمت في خلق وعي واهتمام في كل أنحاء البلاد الأمريكيّة، وإدخال برامج التّوجيه في المدارس والجامعات وهكذا وجد التّوجيه المدرسي طريقه للوجود في المدارس والجامعات.

✓ **مرحلة التّركيز على التّوافق والصّحة النّفسيّة:** تركّز الاهتمام في هذه المرحلة على استغلال الأساليب العلاجيّة لمحاولة مساعدة الأفراد على التّوافق والتّغلب على أنواع الصّراع التي يعانون منها، وبالتالي أعطيت للصّحة النّفسيّة للتلاميذ وتوافقهم النّفسي أهميّة كبيرة سواء داخل المدرسة أو خارجها حيث أسندت هذه المهمّة لخدمات التّوجيه. (المرجع السّابق، ص 49-50-51)

✓ **مرحلة الإرشاد النّفسي والنّمّو النّفسي:** وقد بدأ هذا الاتّجاه في الخمسينيات من القرن العشرين كردّ فعل للتّركيز على التّوافق حيث بدأ التفكير في وضع الإرشاد النّفسي في خدمة مراحل من النّمّو المختلفة، وكان ذلك نتيجة لازدياد تأثير علم النّفس التّكويني عند **Piaget** من ناحية، وظهور فكرة مطالب النّمّو عند **Hafejharst**، من ناحية أخرى. (المرجع السّابق، ص 51)

وعليه قد برز الاهتمام بالتّوجيه منذ التّلاثينيات، خصوصا في البلدان الصّناعيّة التي تطوّرت فيها الحركة الصّناعيّة وأصبحت الصّناعة سمة هذه البلدان، بحيث أصبح هناك حاجة ضروريّة وملحة للتّوجيه.

4-أسس ومبادئ التوجيه

يشير كل من (العزة El Izza 2006، الخطيب El Khatib 2009، الزعبي Zoebi 2005، مورتنس وشمولر Mortens&Chmouler 2005، ملحم Molhim 2007، زهران Zahran 1977، الحريري والامامي El Harriri& El Immami 2010، أن أسس التوجيه والإرشاد هي بمثابة المرتكزات والمسلمات وفلسفة العمل الإرشادي التي يجب أن يتخذ منها العاملون في هذا المجال منهاجاً يستخدمونه أثناء الممارسة اليومية لعملهم لتحقيق أهداف الإرشاد، ذلك أن عدم الوعي بهذه الأسس من قبل المرشد المدرسي والمهني قد يؤدي إلى غياب الإطار المرجعي للعمل الإرشادي بأكمله. وتتعدد أسس التوجيه والإرشاد النفسي التي تستمد مكانتها من طبيعة الإنسان وخصائص سلوكه واجتماعيته، ومن أهم الأسس التي يقوم عليها التوجيه والإرشاد، ما يلي:

◆ الأسس العامة:

- الثبات النسبي للسلوك الإنساني وإمكان التنبؤ به: فالسلوك الإنساني مكتسب متعلم في معظمه وذلك من خلال التنشئة الاجتماعية ومن خلال التربية والتعليم، ويكتسب السلوك صفة الثبات النسبي الذي يمكن التنبؤ به، ويسعى المعالج إلى تعديل سلوك مرضاه بعد أن يكون درس أوضاعهم واستنتاج أسلوب حياتهم ومشكلاتهم وأحاط بمعايير النمو في الشخصية العادية لديهم.

- مرونة السلوك الإنساني: المرونة لا تقتصر على السلوك الظاهر الذي يمكن ملاحظته فحسب، بل يتعدى ذلك ليشتمل التنظيم الأساسي لشخصية الفرد ومفهوم الذات، مما يؤثر في سلوكه. (عتوته، 2017، ص 18-17)

- السلوك الإنساني فردي-جماعي: السلوك الإنساني سلوك فردي واجتماعي معاً، مهما بدا فردياً بحثاً أو اجتماعياً خالصاً، وعندما يكون الفرد وحده يبدو فيه تأثير الجماعة، وسلوكه وهو مع الجماعة تبدو فيه آثار شخصيته وفرديته.

- الاستعداد للتوجيه والإرشاد: إنّ لدى كلّ واحد منّا استعداد للتوجيه والإرشاد استناداً إلى وجود حاجة أساسية لدينا وهي حاجتنا للتوجيه والإرشاد لمواجهة المشكلات التي نواجهها.

- حقّ الفرد في التوجيه والإرشاد: التوجيه والإرشاد يعتبران حاجة نفسية هامة لدى الفرد، ومن مطالب النموّ السويّ للأشخاص إشباع حاجاتهم هذه مع كلّ مستويات الأفراد العاديين وغير العاديين، الذين يواجهون مشكلات محدّدة والمتفوقون في حياتهم أيضاً.

- حقّ الفرد في تقرير مصيره: يعتبر حقّ الفرد في تقرير مصيره بنفسه من المبادئ الهامة في التوجيه والإرشاد، وهو أمر يتطلّب الاعتراف بقيمة الفرد وحقّه في الاختيار من بين البدائل الهامة المتوافرة لديه.

- تقبّل الطالب المسترشد: إنّ أحد مبادئ الإرشاد قائمة على تقبّل المرشد الطالب المسترشد كما هو دون شروط، والمرشد لا يحقّق مع المسترشد ولا يصدر أحكاماً فيما يتصل بسلوك طالبيه بل عليه أن يكون صبوراً واسع الصدر يشعر المسترشد بالطمأنينة والتفهم. (المرجع السابق، ص17-18)

◆ الأسس الفلسفية:

فالتوجيه المهني يقوم على احترام الفرد وأهميته، وكذلك على الحرية في اختيار الحلّ، وكذلك يقوم التوجيه بمبدأ أنّ كلّ إنسان بحاجة للمساعدة، والتوجيه يبدأ من الفرد ولل فرد من حيث الاستفادة والتطبيق بحيث يسعى لتحقيق رغباته ويشبع حاجاته بدون الخروج على ما يرسمه المجتمع الذي يعيش فيه، وما يتعارف عليه الأفراد من عادات وتقاليد وقيم.

◆ الأسس السيكولوجية (النفسية):

وهذه الأسس ترى أنّ طبيعة الإنسان مختلفة من فرد لآخر، فلكلّ فرد صفاته التي يميّز بها، فلكذلك اختلاف الشخصية ودورها في البناء من الأمور التي تراعى في الناحية السيكولوجية، وكما يجب مراعاة مرحلة النضوج لدى الفرد، فعملية التوجيه هي تعلم واكتساب عادات واتجاهات، ومن الأسس النفسية التي تعتمد عليها عملية التوجيه:

أ-مراعاة الفروق الفردية بين الأشخاص من حيث قدراتهم واستعداداتهم ومميزات شخصيتهم.

ب-اختلاف نموّ الخصائص الجسميّة والنفسية والعقلية للفرد حيث إنّها تختلف بين كلّ مرحلة من مراحل النّمّ والمرحلة التي تليها. (بوعالية، 2018، ص15، 14، 13)

ت-مراعاة إشباع حاجات الفرد في كلّ مرحلة من مراحل نموّه مع الأخذ بعين الاعتبار مستوى النّضج عنده والأصول النّقاوية والقيم الاجتماعية التي نشأ فيها وترعرع.

ث-مراعاة نموّ الشخصية الإنسانية مراعاة تامّة حيث إنّ جوانب الشخصية المختلفة تؤثر على بعضها البعض.

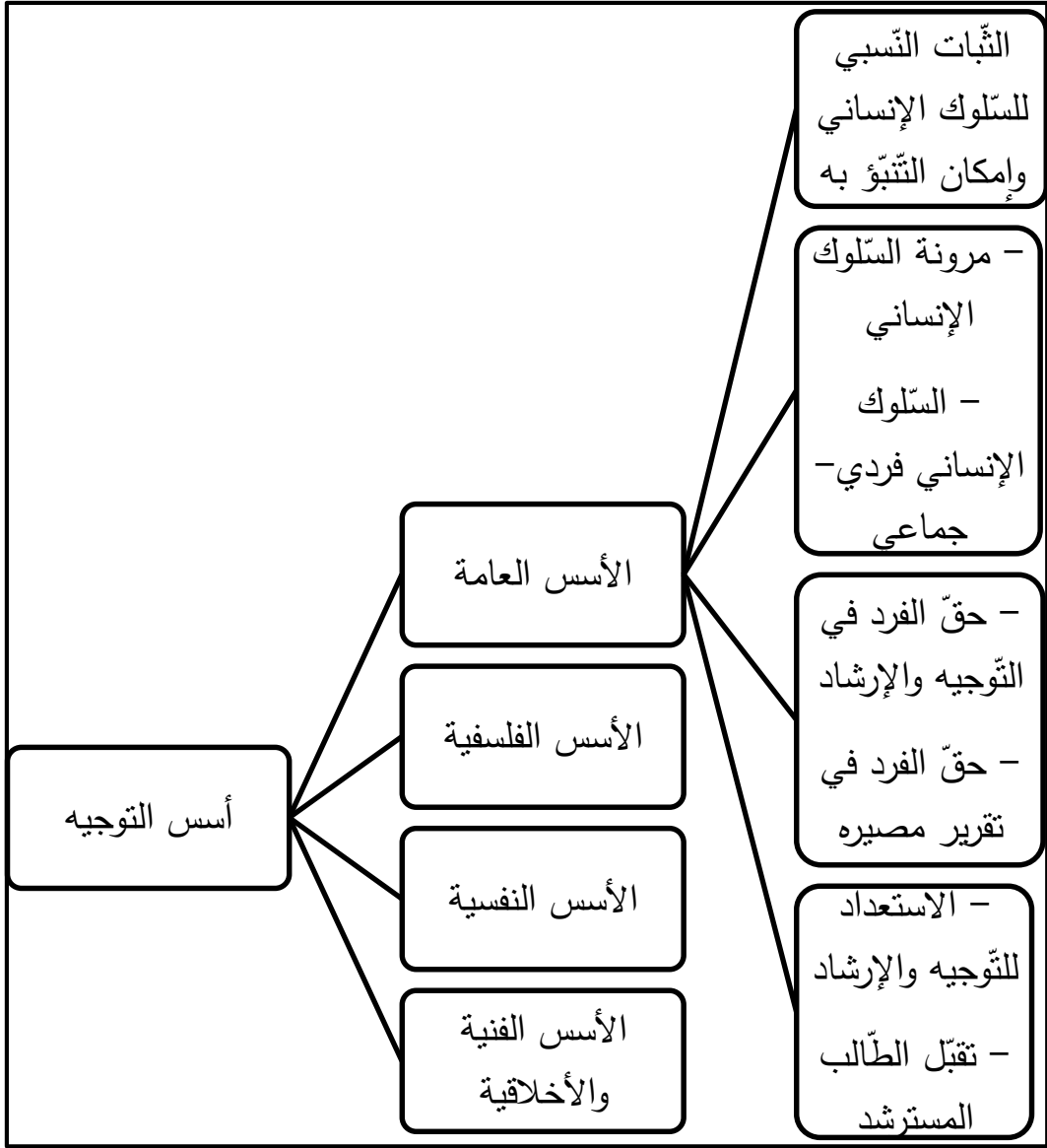
ج-اعتبار عملية التّوجيه المهني عملية تعلّم ليستفيد منها الفرد في رسم طريقه في الحياة وتعميم ما اكتسبه من خبرة على المواقف الجديدة التي تعترض سبيله والتّحديات التي تتطلّب حلاً ودراية وتخطيطاً.

◆ الأسس الفنيّة والأخلاقيّة:

وفي هذه الأسس يكون المرشد أو الموجّه التربوي صادقاً مع نفسه ومع الفرد المرشد، مع الاحتفاظ بعنصر السريّة في توجيهاته وإتباع وسائل توجيهية متعدّدة مع المرشد، حتّى تتناسب معه. (المرجع السابق، ص15، 14، 13)

ونلخص الأسس التالية في الشكل التالي:

شكل رقم (4) يمثل أسس التوجيه



(المصدر: من إعداد الطالبة)

ومنه نرى أنّ التّوجيه عمليّة تهدف إلى مساعدة الفرد ليحقّق الهدف الذي يسعى إليه في مجال العمل بحيث تشعره بالراحة والانتفاع نتيجة التّوجيه الصّحيح.

5-أهداف التوجيه

أ-مساعدة الفرد على فهم قدراته وميوله واتجاهاته.

ب-مساعدة الفرد على التعرف على المهن المختلفة وما تطلبه هذه المهن من مهارات وقدرات.

ج-مساعدة الفرد على اختيار الوظيفة الملائمة لقدراته وميوله بحيث يشعر بالانتماء إليها والسعادة فيها.

د-مساعدة الفرد على تكوين اتجاهات إيجابية نحو العمل.

هـ-مساعدة الفرد على التعرف على المؤسسات المختلفة التي تقوم بالتدريب وشروط الالتحاق بها.

ي-إعداد وتنظيم برامج الطلبة المتفوقين دراسياً ومهنيًا من أجل زيادة تفوقهم.

وكثيرا ما يتم اختيار العمل بناءً على فرص متوفرة وأحيانا كثيرة يتم اختيار المهن بناءً على تأثير الاعتراف والأنماط الاجتماعية.

وكذلك يجب أن تتركز خدمات التوجيه المهني على الكشف عن القدرات والميول الحقيقية للأفراد من أجل استثمارها والتوفيق ما بينها وبين حاجات المجتمع ومتطلباته. (روايقية،

2018، ص13)

وهكذا نرى أنّ مساعدة الفرد تعتبر من أهمّ أهداف التوجيه في المجال المهني الذي يهمنّا بصفة خاصّة.

6- من هو مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين

هو شخص يمتلك المعرفة والتدريب على مساعدة الأفراد في تحقيق توافقتهم النفسي.

(أوصيف، 2016، ص30)

ويعين حسب شروط التوظيف والترقية، تنص المادة 83 على:

- عن طريق المسابقة على أساس الاختبارات، المترشّحون الحائزون على شهادة الليسانس في علم النفس الإكلينيكي والعمل والصنّاعي والتوجيه المدرسي والمهني، أو شهادة معترف بمعادلتها.

- عن طريق الامتحان المهني في حدود 30% من المناصب المطلوب شغلها مستشاري التوجيه والتقييم والإدماج المهني الذين يثبتون 5 سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

- على سبيل الاختيار، وبعد التسجيل في قائمة التأهيل في حدود 10% من المناصب المطلوب شغلها مستشاري التوجيه والتقييم والإدماج المهني الذين يثبتون 10 سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

يخضع المترشّحون المقبولون تطبيقاً للحالتين 2، 3 أعلاه قبل ترقيتهم للمتابعة بنجاح تكوين تحدّد مدّته ومحتواه وكيفيات تنظيمه بقرار مشترك بين الوزير المكلف بالتكوين والتعليم المهني والسلطة المكلفة بالوظيفة العمومية. (الجريدة الرسمية، 2009، عدد 13)

وعليه مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهني يستقبل المترشّحين لمساعدتهم على اختيار تخصّص يناسبهم، وتوجيههم إليه إذا كانت تتوفر فيه شروط الالتحاق بذلك التخصّص.

7- مهام مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين

أ- طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 09-93 ولا سيما المواد 79 و 80 و 81 منه، يمكن تحديد

مهام مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين كما يلي:

➤ الإعلام:

تنسيق وتخطيط أنشطة المؤسسة في مجال الإعلام والتوجيه المهنيين.

➤ التوجيه وإعادة التوجيه والاختبارات:

- المشاركة في تنظيم اختبارات نفسية تقنية للمرشّحين، والقيام بمقابلات للتقييم المهني

من أجل توجيه المرشّحين إلى تكوين حسب قدراتهم ومؤهلاتهم الذهنية.

- مساعدة المتربّصين والتلاميذ والممتهنيين خلال تكوينهم بالتنسيق مع الأستاذ المكلف

بالتكوين في جميع أنماط التكوين، واقتراح إعادة توجيههم عن طريق تقييم دائم لقدراتهم

عند الاقتضاء.

➤ متابعة ومرافقة المتكّون والمساعدة على الإدماج المهني:

- ضمان متابعة المتربّصين والتلاميذ الممتهنيين الذين يعانون صعوبات من الناحية

النفسية البيداغوجية قصد تمكينهم من مواصلة تكوينهم.

- مرافقة المتربّصين والتلاميذ والممتهنيين في نهاية التكوين في مجال الإدماج المهني

قصد البحث الفعلي على منصب شغل.

➤ التّحقيقات والدّراسات:

- المشاركة في التّحقيقات والدّراسات وسبر الآراء، في إطار تطابق التكوين مع التشغيل.

- القيام بتقييم وتحليل نتائج التكوين وكذا عمليات الاستقصاء وسبر الآراء.(المرسوم

التّفيذي رقم 9-93)

- مهام المستشار الرئيسي في التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين: طبقاً للمرسوم التنفيذي رقم 09-93 ولا سيما المواد 79 و 80 و 81 منه، يمكن تحديد مهام المستشار الرئيسي في التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين كما يلي:

• **الإعلام والتوجيه:** تنسيق وتخطيط وتنشيط أعمال المؤسسة في مجال الإعلام والتوجيه المهنيين.

- إعداد المخطّط السنوي والمتعدّد السنوات لأنشطة التوجيه والتقييم المهنيين.

- تنشيط وتنسيق النشاطات المتعلقة بالإعلام والتوجيه المهنيين بالتعاون مع مختلف الحركات الجمعويّة.

• **المساعدة على الإدماج المهني:** إعداد المخطّط السنوي والمتعدّد السنوات لأنشطة المساعدة على الإدماج.

• **التحقيقات والدراسات:** إعداد تحقيقات ودراسات في مجال التوجيه والمساعدة على الإدماج المهني.

• **عمل مستشاري التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين:** تنسيق أنشطة مستشاري التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين. (المرجع السابق، 9-93)

8- طرق الإعلام حول طريقة التوجيه والانتقاء

تهدف هذه العملية إلى تعريف الجمهور بطريقة التقييم والانتقاء المطبقة عبر مؤسسات التكوين وذلك عن طريق تحسيسه وتحفيزه للاتصال بهذه المؤسسات للاطلاع عن قرب على مختلف التخصصات المقترحة، وكذا التعرف على المحيط المهني الذي سيندمجون فيه.

كما تمكن طالب التكوين من اختيار الاختصاص الذي يريده بعيدا عن كل الضغوطات التي يمكن أن تؤثر على ميولاته ورغباته. وتهدف هذه العملية كذلك إلى رفع مستوى متكونينا من خلال انتقاء مترشحين ذوي مستوى علمي ومعرفي يستجيب للشروط المطلوبة لكل اختصاص مما يسمح للقطاع بتوفير يد عاملة مؤهلة تستجيب لمتطلبات سوق الشغل.

ولتحقيق هذه الأهداف يجب اعتماد طرق ووسائل نذكر منها:

- برمجة لقاءات مع مدراء المؤسسات والنواب التقنيين والمكونين لإعطاء شروحات حول هذه العملية.

- مساهمة الأساتذة في شرح هذه العملية.

- إعلام المترشحين المتواجدين بالمركز بهذه الطريقة.

- برمجة لقاءات مع مستشاري التوجيه المدرسي لإعلامهم بهذه الطريقة. (تبان،

1998، ص07)

9-مرحلة الإعلام والتوجيه داخل المؤسسة التكوينية

تمرّ مرحلة الإعلام والتوجيه داخل المؤسسة التكوينية بمرحلتين هامتين:

التسجيلات: تنقسم عملية التسجيل إلى قسمين أولي ونهائي:

أ-التسجيل الأولي: وتهدف هذه العملية أساسا إلى إعطاء المعلومات الكافية للمترشحين وكذا إحصاء عدد طلبات التكوين مع إجراء التسجيل لكل شخص راغب في التكوين:

- بحضوره الشخصي.

- عن طريق طلب خطي.

- بواسطة الهاتف.

- بحضور أهل المعني، حيث تسلّم وثيقة فيها شروط التسجيل ومكونات الملف.في هذه المرحلة يمكن توجيه المترشح نحو مؤسسة تكوينية أخرى إذا تطلّب الأمر ذلك.

كما يتمّ إبلاغ المترشحين بتاريخ آخر أجل لإيداع الملفات.

ب-التسجيل النهائي: هي المرحلة التي يتمّ فيها إيداع الملفّ كاملا مع دفع حقوق التسجيل، على أن يسلم للمترشح طلب التسجيل، لملاّه أثناء حضوره بمكتب الاستقبال...

كما يتمّ في هذه المرحلة تحديد موعد إجراء المقابلة مع مستشار التوجيه والتقييم المهني.

(المرجع السابق،ص12)

إجراء المقابلة مع مستشار التوجيه والتقييم المهني: يقوم مستشار التوجيه والتقييم

المهني بإجراء مقابلة مع المترشح بغية الوقوف على:

- الدافعية.

- النشاط الذهني.

- الهيئة.

• ملاحظة:

- تجرى المقابلة بصفة فردية.
- في حال عدم تحديد المترشح للتخصّص الذي يرغب فيه يمكن لمستشار التوجيه برمجة لقاء آخر مع هذا المترشح وهذا بعد زيارة الورشات.
- هذه المقابلة يجب ألا تتجاوز 30 دقيقة. (المرجع السابق، ص14)

10-مرحلة التحضير التقني والتطبيقي لعملية التوجيه

ينظّم لقاء عمل مع لجنة الانتقاء والتوجيه لتحضير كلّ الوسائل والإمكانيات اللازمة لإنجاح هذه العملية وتتكوّن هذه اللجنة من:

- مدير المؤسسة.

- النواب التقنيون.

- مستشار التوجيه والتقييم المهني.

- المراقب العام.

- عون مكتب الاستقبال.

يتمثّل دور هذه اللجنة في:

1-ضبط برنامج العمل الخاصّ بهذه الأيام.

2-توزيع المهام على أعضاء اللجنة.

3-تحضير البطاقة الفنية للحصة الإعلامية.

4-تعيين المكوّنون المكلفون بتقديم الحصة الإعلامية.

5-تعيين المكوّنون المكلفون بإجراء المقابلات مع المترشّح كلّ حسب تخصّصه.

6-تقسيم المترشّحين إلى أفواج.

7-تحضير القاعات.

8-تحضير الاختبارات.

9-تنظيم الزيارات للورشات.

10-دراسة الملف التقني للمترشّح (بطاقات التقييم).

11-القبول والتوجيه. (تباني، 1998، ص16)

خلاصة

نستخلص ممّا تقدّم في الفصل أنّ الإعلام المهني والتّوجيه عمليّتان مكملتان لبعضهما البعض، فالإعلام المهني أسلوب له أهداف ووسائل وفتيّات لإنشاء محتوى بيداغوجي يسعى لجذب المتربّصين واستقطابهم لعالم التّكوين المهني، كلّ هذه العناصر تعتبر برنامج مخطّط له من حيث الزّمان والمكان يقوم به مستشار التّوجيه والتّقييم والإدماج المهنيّين مستندا إلى "دليل الإعلام والتّوجيه والانتقاء".

ويأتي في المرحلة الثّانية التّوجيه الذي يكمل مرحلة الإعلام، فيه يتمّ مساعدة الشّباب على اختيار التّخصّص الذي يتماشى وقدراتهم ومستواهم العلمي.

توصّلنا من خلال هذا، أنّ آليّة الإعلام والتّوجيه تأهل المتربّصين إلى الاندماج في محيط التّكوين المهني مع توجيههم من خلال خطط يعتمدها مستشار التّوجيه لمساعدة الفرد مهما كانت كفاءاته وتطلّعاته المهنيّة، وهنا يكمن دوره في مرافقة المتربّص للرّبط بين إيجاد نفسه والوصول إلى ما يسعى إليه مدعّمين هذا بالوسائل التي يوفرها مركز التّكوين المهني لدعم الشّباب والوصول بهم لفئة صاعدة تحقّق التّنمية على المستوى المهني.



تمهيد

يمثل الإطار المنهجي في البحث العلمي، النشاط الذي ينتج العلم، ويكشف الحقائق، ويقدم الحلول للمشاكل، ويلزم لتحقيق أي دراسة علمية أن يكون لها عمقا نظريا وعلميا في ناحيتين: الأولى هي مادة البحث أو الحقل، والثانية هي القواعد المنهجية وهو ما يهتما في هذا الفصل.

1- الدراسة الاستطلاعية

1-1- تعريف الدراسة الاستطلاعية

تعتبر الدراسة الاستطلاعية الخطوة الأولى والأساسية في البحث العلمي، نظرا لارتباطها القوي بالميدان، فهي دراسة بحثية استكشافية، تسمح للباحث بالحصول على معلومات أولية أو تحقق تبصرا جديدا. (بوحوش، محمود، 2007، ص16-18)، ومدى صحة الأدوات المستعملة في الوصف والتفسير والضبط والتحكم في متغيرات البحث، والتعرف على صعوبات البحث. (القواسمة وآخرون، 2012، ص 10-11)

واستنتج من خلال إجراء الدراسة الاستطلاعية من أجل استطلاع الميدان وتحضير إجراءات البحث، والتقرب من مجتمع الدراسة بالإضافة إلى جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات حول الظروف المحيطة بموضوع الدراسة، كما تم تصميم مقياسيقيس مدى وصول الإعلام المهني إلى المتربصينعلى عينة استطلاعية قوامها 30 فرد، لتحديد خصائصها السيكومترية من حيث الصدق والثبات.

1-2- أهداف الدراسة الاستطلاعية

تدور أهداف الدراسة الاستطلاعية في الدراسة الحالية حول ما يلي:

- الدراسة الأولية لأدوات البحث بالتحقق من صحة أدوات جمع البيانات التي تم اختيارها والتأكد من خصائصها السيكومترية تمهيدا لاستعمالها في الدراسة الأساسية.
- التحقق من ملائمة المقياس ومدى فهم أفراد العينة لمصطلحاته.
- التعرف على الصعوبات التي يمكن أن تواجهنا في الدراسة عامة.

1-3- عينة الدراسة الاستطلاعية

بعد أن قدم طلب للموافقة بإجراء الدراسة الميدانية، تمت الدراسة الاستطلاعية بمركز التكوين المهني بولاية "وهران"، ولتحقيق أهداف الدراسة الاستطلاعية تم تطبيق المقياس على عينة استطلاعية مكونة من (37) فردا على مختلف الفئات العمرية، حيث تمت الدراسة الاستطلاعية في 2022.

1-4- نتائج الدراسة الاستطلاعية

- التأكد من تمتع أدوات الدراسة بالخصائص السيكومترية التي تعطينا الثقة لاستخدامها.
- تحديد خطة تطبيق إجراءات الدراسة الأساسية.

2- منهج الدراسة

لا تخلو أي دراسة من الاعتماد على منهج من أجل القيام بها وفق قواعد وأسس علمية، ولقد اعتمدت في دراستي هذه على المنهج الوصفي الذي يعتبر بأنه من أكثر المناهج استخداما في الدراسات والبحوث النفسية التي تهدف إلى جمع بيانات موضوعية حول الظاهرة المدروسة.

3- عينة الدراسة

هي مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية، ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا ومتكافئا مع المجتمع الأصلي، ويمكن تعميم نتائجها عليها. (المشهداني، 2019، ص 85)

3-1- تحديد مجتمع الدراسة:

إن هذه الدراسة تستهدف فقط المترشحين

3-3- اختيار حجم عينة الدراسة

إن اختيار العينة المناسبة للدراسة من العناصر الأساسية والمهمة في بداية العمل الميداني وانطلاقاً من عينة الدراسة، وفي دراستنا هذه فقد تشكلت عينة الدراسة من 100 فرداً (إناث وذكور).

3-4- العوامل التي تؤثر في حجم العينة:

الجنس: لأنه يفصل لنا بين الفئة الأكثر إقبالاً لمراكز التكوين المهني والعكس.

التخصص: حددت التخصص لأنه يهمننا في دراسة التخصصات الأكثر إقبالاً.

المؤهل العلمي: لأنه هو الفئة المستهدفة في الدراسة الحالية، وقد تم تقسيمه من خلال الأطوار الثلاث (متوسط، ثانوي، جامعي).

3-5- طريقة اختيار عينة الدراسة:

- اختيار العينة حسب الجنس:

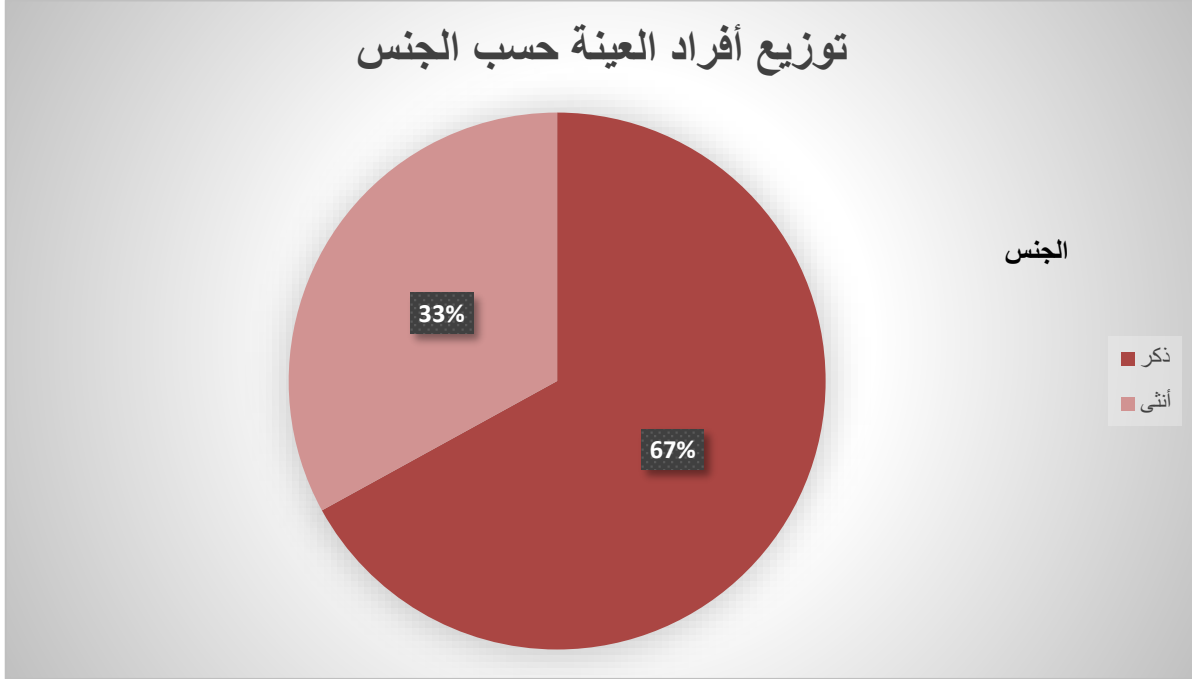
ويتم تمثيلها في الجدول التالي:

جدول رقم (01) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	67	67%
أنثى	33	33%
المجموع	100	100%

ويمكن تمثيل نتائج الجدول في التمثيل البياني التالي:

شكل رقم (05) تمثيل بياني لتوزيع أفراد العينة حسب الجنس



تفسير التمثيل البياني:

يتضح لنا من خلال التمثيل البياني رقم (05) لتوزيع أفراد العينة حسب الجنس، وهي على فئتين، الفئة الأولى ذكور، والفئة الثانية إناث، حيث نلاحظ أن نسبة المتريصين، حسب دراستنا، منتشرة لدى الفئة الذكورية بشكل أكبر من الإناث، إذ بلغت النسبة المئوية للذكور 67%، أما الفئة الثانية للإناث كانت النسبة المئوية تقدر بـ 33%، لكن نلاحظ الفرق بين الفئتين هو 34%، أي ليس بدرجة كبيرة من حيث التكرار.

- اختيار العينة حسب التخصص:

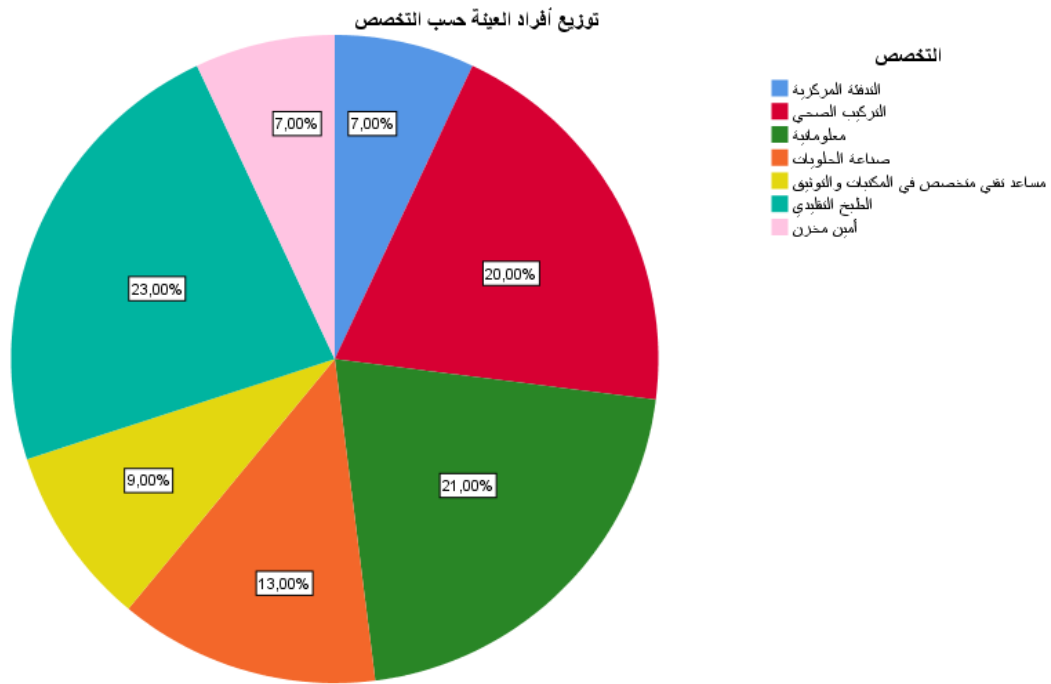
ويتم تمثيلها في الجدول التالي:

جدول رقم (02) يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص

النسبة المئوية	التكرارات	التخصص
07%	07	التدفئة المركزية
20%	20	التركيب الصحي
21%	21	معلوماتية
13%	13	صناعة الحلويات
09%	09	مساعد تقني متخصص في المكتبات والتوثيق
23%	23	الطبخ التقليدي
07%	07	أمين مخزن
100%	100	المجموع

ويمكن تمثيل نتائج الجدول في التمثيل البياني التالي:

شكل رقم (06) تمثيل بياني لأفراد العينة حسب التخصص



تفسير التمثيل البياني:

يتضح لنا من خلال التمثيل البياني رقم (06) لتوزيع أفراد العينة حسب التخصصات السبعة، وهي التخصص الأول (التدفئة المركزية)، والتخصص الثاني (التركيب الصحي)، والتخصص الثالث (معلوماتية)، والتخصص الرابع (صناعة الحلويات)، والتخصص الخامس (مساعد تقني متخصص في المكتبات والتوثيق)، والتخصص السادس (الطبخ التقليدي)، والتخصص السابع (أمين مخزن)، ونلاحظ تباين في النتائج، فالتخصص الأقل إقبالا، حسب دراستنا، نلاحظ أنه كان للتخصصين "التدفئة المركزية"، و"أمين مخزن"، بنسبة 07%، على الرغم من أن بعض الدراسات أوضحت أنه يوجد اكتظاظ في هاته التخصصات، على عكس دراستنا أوضحت العكس، فالتخصص الأكثر إقبالا كان التخصص السادس "الطبخ التقليدي"، بنسبة 23%، ويليهما التخصص الثالث "معلوماتية"

بنسبة 21%، ونلاحظ أن الفرق بين التخصصيين متباعد من حيث التكرار والنسبة المئوية والفرق بـ 16%.

- اختيار العينة حسب المؤهل العلمي:

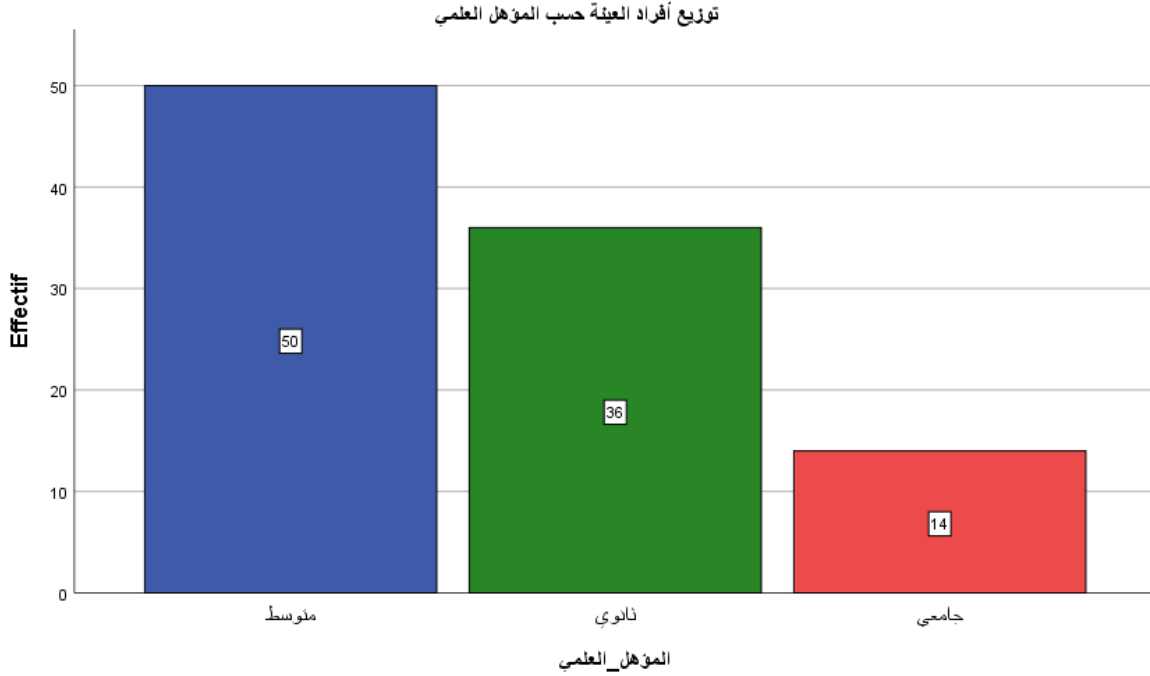
ويتم تمثيلها في الجدول التالي:

جدول رقم (03) يمثل توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.

النسبة المئوية	التكرارات	المؤهل العلمي
50%	50	متوسط
36%	36	ثانوي
14%	14	جامعي
100%	100	المجموع

ويمكن تمثيل نتائج الجدول في التمثيل البياني التالي:

شكل رقم (07) تمثيل بياني لتوزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي



تفسير التمثيل البياني التالي:

يتضح لنا من خلال التمثيل البياني رقم(07) لتوزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي، وهي حسب الأطوار الثلاث، الطور الأول (المتوسط)، والطور الثاني (الثانوي)، والطور الثالث (جامعي)، حيث نلاحظ حسب دراستنا أن النسبة المئوية مرتفعة أكثر في الطور المتوسط حسب المترشحين بنسبة قدرت بـ 50%، ويليهما الطور الثانوي بنسبة 36%، ثم الطور الجامعي بنسبة 14%، وهو الأقل نسبة مقارنة بالأول إذ نلاحظ الفرق بنسبة 36%.

4-مجالات الدراسة

4-1-المجال المكاني

تم إجراء الدراسة الميدانية في هذه الدراسة على عينة من الأفراد يقطنون في ولاية وهران، في مركز التكوين المهني ببلدية بوتليليس.

4-2-المجال الزمني

امتدت المدة الزمنية للدراسة الميدانية بين 10 أبريل 2022 إلى غاية 27 أبريل 2022 تاريخ استرجاع آخر مجموعة من المقاييس المطبقة على عينة الدراسة، وقد استغلت المدة الفاصلة بين التاريخين على مرحلتين:

- المرحلة الأولى: بين 10 أبريل 2022 إلى 14 أبريل 2022 خصصت للدراسة الاستطلاعية في شقها التطبيقي.

- المرحلة الثانية: بين 22 أبريل 2022 إلى 27 أبريل 2022 استغرقت في توزيع وجمع مقاييس الدراسة وتصحيحها تباعا حسب ورودها.

5-أدوات جمع البيانات

يتوقف نجاح الباحث في تحقيق أهداف دراسته على اختيار أنسب الأدوات للحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة والتي لها صلة بموضوع الدراسة وتخدم أغراضه.

5-1-الاستبيان:

انطلاقاً من القائمة التي تمخضت عنها نتائج الدراسة الاستطلاعية، تم تصميم استبيان يشمل 27 بنداً، (أنظر الملحق رقم: (01)، نقيس "4" محاور رئيسية، كما يبينها الجدول التالي:

جدول رقم (04) يمثل المحاور الرئيسية التي يقيسها الاستبيان

رقم البنود	المحاور	
من 01 إلى 06	المحور الأول: الإعلام المهني	1
من 07 إلى 14	المحور الثاني: التقييم	2
من 15 إلى 25	المحور الثالث: الحصص الإعلامية	3
27-26	المحور الرابع: التوجيه	4

5-2-طريقة تصحيح المقياس:

يحتوي المقياس على 27 بندا موزعة على ثلاث محاور، يحتوي كل محور على عدد معين من البنود، وكل عبارة تحتوي على استجابات يتراوح التقيط فيها بين 0 و 1 وهي كما يلي:

✓ نعم = 1

✓ لا = 0

✓ يمنح لكل إجابة عن الأسئلة المفتوحة علامة "1" وعلامة "0" على عدم الإجابة عليها.

5-3- الخصائص السيكومترية للمقياس

للتأكد من الخصائص السيكومترية للمقياس المعتمد في الدراسة من صدق وثبات، تم حساب كل منهما، من خلال تطبيق هذا المقياس، على عينة عشوائية منتظمة من خارج النطاق مكونة من (ن = 37)، من المترشحين في مركز التكوين المهني، ببوتليليس في وهران، والتي هي ذات الوقت تمثل المجتمع الأصلي بحجمه الكلي، وقد تم حساب هذه الخصائص، بالاعتماد على نظام (Spss 26) أي الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية.

أولاً: صدق مقياس الدراسة:

تم استطلاع آراء المحكمين لاختبار صدق المقياس، وذلك للتأكد من مدى صدق تعبير أبعاد المقياس ولقياس ما وضعت من أجله، وكذلك صياغته اللغوية أو ما يعرف بميزات القياس.

ومن كون هاته المقاييس، تقيس فعلا ما جاءت لقياسه، قمنا بالاعتماد على:

▪ صدق الاتساق الداخلي

جرى التحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبيان بحساب معامل ارتباط بيرسون بين درجات كل فقرة من فقرات المحاور الثلاث، والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه الفقرة، وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS إصدار 26، والجدول التالي يوضح معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور، والدرجة الكلية للمحور.

جدول رقم (05) يمثل معاملا الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة للمحور الأول

قيمة الدلالة	معامل الارتباط	فقرات المحور الأول
0.05	0.455**	الفقرة 1
0.05	0.629**	الفقرة 2
0.01	0.334*	الفقرة 3
0.05	0.491**	الفقرة 4
0.05	0.475**	الفقرة 5
0.01	0.370*	الفقرة 6

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).*

La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral). **

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات المحور الأول والدرجة الكلية للمحور الأول دالة إحصائياً عند مستوى حرية 0.05 وعند 0.01، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط هو 0.334، فيما كان الحد الأعلى يقدر بـ: 0.629.

وعليه فإن جميع فقرات المحور الأول متسقة داخليا مع المحور الذي ينتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول.

جدول رقم (06) يمثل معاملا الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة للمحور الثاني

فقرات المحور الثاني	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
الفقرة 7	0.488**	0.01
الفقرة 8	0.488**	0.01
الفقرة 9	0.354*	0.05
الفقرة 10	0.623**	0.01
الفقرة 11	0.528**	0.01
الفقرة 12	0.565**	0.01
الفقرة 13	0.624**	0.01
الفقرة 14	0.488**	0.01

* La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

** La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات المحور الثاني والدرجة الكلية للمحور الثاني دالة إحصائياً عند مستوى حرية 0.05 وعند 0.01، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط هو 0.354، فيما كان الحد الأعلى يقدر بـ: 0.624.

وعليه فإن جميع فقرات المحور الثاني متسقة داخليا مع المحور الذي ينتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني.

جدول رقم (07) يمثل معاملا الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة للمحور الثالث

فقرات المحور الثالث	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
الفقرة 15	0.642**	0.05
الفقرة 16	0.467**	0.05
الفقرة 17	0.682**	0.05
الفقرة 18	0.534**	0.05
الفقرة 19	0.539**	0.05
الفقرة 20	0.452**	0.05
الفقرة 21	0.478**	0.05
الفقرة 22	0.369*	0.05
الفقرة 23	0.556**	0.05
الفقرة 24	0.431**	0.05
الفقرة 25	0.664**	0.05

La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).*

La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral). **

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات المحور الثالث والدرجة الكلية للمحور الثالث دالة إحصائياً عند مستوى حرية 0.05 وعند 0.01، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط هو 0.369، فيما كان الحد الأعلى يقدر بـ: 0.682.

وعليه فإن جميع فقرات المحور الثالث متسقة داخليا مع المحور الذي ينتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث.

جدول رقم (08) يمثل معاملا الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة للمحور الرابع

فقرات المحور الرابع	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
الفقرة 26	0.729**	0.01
الفقرة 27	0.696**	0.01

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

من نتائج الجدول السابق نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين فقرات المحور الرابع والدرجة الكلية للمحور الرابع دالة إحصائياً عند مستوى حرية 0.01، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط هو 0.696، فيما كان الحد الأعلى يقدر بـ: 0.729.

وعليه فإن جميع فقرات المحور الرابع متسقة داخليا مع المحور الذي ينتمي له مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الرابع.

ونلاحظ من خلال الجداول المتحصل عليهما، بعد حساب معاملات صدق الاتساق الداخلي، بمعامل الارتباط "بيرسون"، وكل المعاملات مرتفعة، مما يشير ذلك إلى صدق الاتساق الداخلي للمحاور الأربعة للمقياس المعتمد في الدراسة.

ثانياً: ثبات مقياس الدراسة:

للتحقق من ثبات المقياس في البيئة المحلية، قامت الباحثة باستخدام طريقة ألفا-كرونباخ، للتأكد من ثبات أداة الدراسة، على عينة استطلاعية مكونة من (ن=37)، وقد تم استبعادها من العينة الكلية، والجدول التالي يوضح معاملات ثبات الدراسة:

جدول رقم (09) يوضح معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

المحاور	عدد العبارات	ثبات المحور
المحور الأول	6	0.819
المحور الثاني	8	0.816
المحور الثالث	11	0.817
المحور الرابع	2	0.814
الثبات العام للاستبيان	27	0.827

يتضح من خلال الجدول حسب معامل ألفا-كرونباخ لبيانات 37 متربص، حسب قيمة التناسق للمقياس، المكونة من 27 عبارة، وبلغت قيمة Split معامل ألفا العام "0.827" وهي قيمة مرتفعة جداً، مما يشير إلى أن المقياس يتمتع بدرجة عالية من الثبات، ويمكن الوثوق بنتائجه.

وبناءً على هذه النتائج المتعلقة بالصدق والثبات، تم اعتماد هذا المقياس كأداة من أدوات جمع البيانات في هذه الدراسة.

6- الأساليب الإحصائية المعتمدة في الدراسة

تمت معالجة البيانات التي تم الحصول عليها من الدراسة الميدانية إحصائياً، عن طريق الحاسوب وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS النسخة 26.

وقد تم الاعتماد على المؤشرات الإحصائية التالية:

- ✓ المتوسط الحسابي.
- ✓ الانحراف المعياري.
- ✓ درجة الحرية.
- ✓ اختبار ت- (T_{test}) لدلالة الفرق بين متوسطين.
- ✓ معامل ألفا كرونباخ.
- ✓ معامل بيرسون.
- ✓ القيم المفقودة.
- ✓ المتوسط.
- ✓ الوسيط.
- ✓ المجموع.
- ✓ التباين.
- ✓ القيمة العليا.
- ✓ القيمة الدنيا.
- ✓ الخطأ المعياري.

7- صعوبات الدراسة الميدانية

- صعوبة تطبيق الروايز الموضوعية (التقرير الذاتي) على المفحوص الجزائري الذي غالبا ما يتميز شخصيته بالخصائص التالية: (الكبت التكتم، عدم مواجهة الذات والاعتراف).
- عدد البنود كبير بحيث الكثير من المفحوصين لا يكملون الإجابة على كل البنود مما يضر الباحث على إبعادهم من عينة الدراسة.

عرض ومناقشة نتائج
الفرضيات

تمهيد

بعد تحديد المنهج، واختيار العينة، وبعد التأكد من الخصائص السيكومترية (الصدق، الثبات) لأدوات الدراسة الأساسية، قمنا بتفريغ البيانات الخاصة بجميع أفراد عينة الدراسة، وقمنا بمعالجتها إحصائياً بالاستعانة ببرنامج SPSS 26، وباستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لكل فرض من هذه الفرضيات، ثم عمدنا من خلال هذا الفصل لعرض نتائج الدراسة، وذلك بعد التحقق من الفرضيات.

1- تهيئة البيانات

من خلال حساب مقاييس النزعة المركزية (المتوسط، المجموع)، وحساب التشتت (الانحراف المعياري، المدى، القيم العليا والدنيا للتحقق من صحة البيانات، الخطأ المعياري للمتوسط)، ويتم تمثيلها في الجدول التالي:

جدول رقم (10) يوضح تهيئة البيانات والتحقق من عدم وجود قيم مفقودة وقيم شاذة

المتغير	التخصص	الجنس	المؤهل العلمي	البنود
العينة	حجم العينة	100	100	100
	القيم المفقودة	0	0	0
المتوسط	1.64	3.94	1.33	18.44
المجموع	394	133	164	1844
الانحراف المعياري	1.819	0.473	0.718	5.452
المدى	6	1	2	27
القيمة العليا	7	2	3	27 (للمجموع الكلية)
القيمة الدنيا	1	1	1	0
الخطأ المعياري	0.182	0.047	0.072	0.545

يشير الجدول، إلى الدرجات المتحصل عليها في متغيرات الدراسة، حيث تحصل عينة الدراسة والمتكونة من 100 فرد ذكر وأُنثى، بعد حساب درجات مقاييس النزعة المركزية، ففي المتوسط حصلوا على قيمة (18.44)، وفي المجموع حصلوا على (1844 درجة)، وأما الجانب الثاني والذي يقيس التشتت، تم حساب الانحراف المعياري للدرجة الكلية المتحصل عليها والتي قدرت بـ (5.452)، والمدى بـ (27)، كذلك تم حساب القيمة العليا والدنيا للدرجة الكلية، حيث تراوحت بين (27 و 0)، أما الخطأ المعياري فنلاحظ انحراف متوسط العينة عن العينة الأصلية بدرجته 0.542، وفيما يخص خصائص الدراسة تم التحقق من صحة البيانات التي تم إدخالها على برنامج الـ "SPSS"، وبالتالي من خلال ما حصلنا من نتائج نستنتج أن أفراد العينة يحققون شرط الثبات.

ومن خلال ذلك سيتم التطرق لمناقشة الفرضيات المتعلقة بالدراسات:

2- عرض نتائج الفرضية الأولى

تنص الفرضية الأولى على أنه: يؤثر الإعلام المهني في الذكور بصفة إيجابية أكثر من الإناث، وللتحقق من صدق هذه الفرضية قمنا بتطبيق اختبار "ت" لعينتين مستقلتين independent samples T-Test، وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (11) يمثل عرض نتائج الفرضية الأولى.

المتغيرات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "ت" T-test	قيمة الدلالة الإحصائية	الدلالة الإحصائية
الإعلام المهني	100	ذكور 67	19.13	5.683	98	1.836	0.069
		إناث 33	17.03	4.720			

يشير الجدول أن المتوسط الحسابي للإعلام المهني للذكور قدر بـ (19.13)، وانحراف معياري قدر بـ (5.683)، وأعلى من متوسط الحسابي للإناث البالغ (17.03)، وانحراف معياري قدر بـ (4.720)، كما جاءت قيمة T-test بين المتغيرين بـ (1.836)، بقيمة دلالة قدرت بـ (0.069)، وبالتالي فهي غير دالة عند 0.05، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05، بين الذكور والإناث فيما يخص الإعلام المهني.

من خلال التفسير السابق نستنتج أنه تم نفي الفرضية الأولى، وذلك لعدم تحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالإعلام المهني، وهي غير دالة إحصائياً، وبالتالي الفرضية لم تتحقق.

ولدراسة الأثر بين العينتين اعتمدنا على طريقة حساب قيمة حجم التأثير Eta Square بالاعتماد على برنامج Spss، وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (12) يمثل نتائج حجم التأثير بين العينتين.

المتغيرات	العينة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	درجة الارتباط	قيمة حجم التأثير	حجم التأثير
الإعلام المهني	100	ذكور 67	19.13	5.683	98	0.069	0.033	يؤثر بدرجة ضعيفة
		إناث 33	17.03	4.720				

يشير الجدول أن المتوسط الحسابي للإعلام المهني للذكور قدر بـ (19.13)، وانحراف معياري قدر بـ (5.683)، وأعلى من المتوسط الحسابي للإناث البالغ (17.03)، وانحراف معياري قدر بـ (4.720)، كما جاءت قيمة الدرجة الحرية بـ (98)، حيث بلغت قيمة حجم التأثير حسب Eta Square بـ 0.003، إذ أن هذه القيمة تؤثر بدرجة ضعيفة.

وبالتالي نستنتج أن تأثير الإعلام المهني على الذكور أكبر من الإناث بصفة إيجابية إلا أن الحجم بدرجة ضعيفة.

➤ مناقشة نتائج الفرضية الأولى

من خلال النتائج المتحصل عليها، نستنتج أنه تم نفي الفرضية الأولى، وذلك لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالإعلام المهني حسب عينة الدراسة، وهي غير دالة إحصائياً، وبالتالي الفرضية الأولى لم تتحقق، وقد يعود هذا من جهة لسمات بعض التخصصات لا ترتبط بسمات المتربصين، ومن جهة قد لا يرتبط

بالفئة المستهدفة في الدراسة، إلا أن وبعد احتساب التأثير وجدنا أن تأثير الإعلام المهني على الذكور أكبر من الإناث بصفة إيجابية إلا أن حجم التأثير بدرجة ضعيفة.

وهذا ما أكدته دراسة لنوتا وسوريسي 2004، حيث أظهرت نتائج الدراسة إلى أنّ تقديم برنامج مصمّم لزيادة الكفاءة العامّة سيؤثر إيجاباً على مهارات صنع القرار، وتقليل مستويات التدرّج بين الطّلبة المراهقين عند تقريرهم لمهنتهم المستقبلية، وأكّدت على أهميّة إدخال برامج تدخّل للتغلب على مشاكل صنع القرار والتّردّد لدى هؤلاء الطّلبة.

وفي الدراسة التي أجراها هولاند Holland 1977، حول علاقة السمّات الشخصية المهنية بالتخصّصات الأكاديمية باعتبارها بيئات مهنيّة، وقد أسفرت النتائج إلى أنّ تحقيق إعلام ناجح قد يشترط مهارة من مستشار التّوجيه والتّقييم والإدماج المهنيين، فبتدخّله سيملئ ذلك النّقص في الجوانب التي تحيّر المتربّص في اختيار تخصصه، من خلال اللّجوء إلى وسائل الإعلام بأنواعها. فالمتربّص لوحده ليس قادراً على اختيار تخصصه بشكل سهل.

وتتفق هذه النتيجة مع ما ورد في الجانب النظري، فحسب قبائلي فإنّ الواقع التكويني المعاش، ومتطلّبات سوق الشّغل يحتمّ توافر وسائل ودعائم إعلامية مهنيّة شاملة طوال السّنة، من أجل إعلام مهني فعّال، ومن أجل توجيه مهني هادف، حتّى يتمكّن الشّباب من ملامسة مميّزات ومتطلّبات التّخصّصات المدروسة، والقطاعات الاجتماعية والاقتصادية، وكذا متطلّباتها ومميّزاتها وكلّ ما يرتبط بها إدارياً واجتماعياً.

كما نشير بالذكر عن دور مستشار التّوجيه في تركيز جهوده حول العمليّات الإعلامية الجوهرية للتّوجيه، المتجلية في: المقابلات الفردية الهادفة إلى التّعريف على الشّباب وتعريفهم بأنفسهم (التّقييم المهني والنّفسي) باعتماد روائز متخصصة من أجل مساعدة الشّباب على بلورة مشاريعهم المهنية.

ومن خلال ذلك نستنتج أن الإعلام المهني هو ركيزة التوجيه لدى الشباب (إناث وذكور)، لأنه ضروري وأساسي عند اختيار المتربّص سواء لتكوّنه أو مهنته في إطار

مشروع يتلاءم مع كفاءاته وقدراته الشخصية من جهة، وعالم الشغل من جهة أخرى، فلا يمكن أن يكون توجيه المتربص دون وجود إعلام مهني.

3- عرض نتائج الفرضية الثانية

تنص الفرضية الثانية على أنه: يصل الإعلام إلى المترصين بصفة جيدة، وللتحقق من صدق هذه الفرضية قمنا باحتساب المتوسطات من حيث التخصصات بتطبيق ANOVA، وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (13) يمثل عرض نتائج الفرضية الثانية.

المتغيرات	المتوسطات الحسابية	الانحراف المعياري	درجة الحرية	درجة الارتباط	قيمة الدلالة الإحصائية	الدلالة الإحصائية	
التدفئة المركزية	15.86	9.404	99	3.896	$\alpha =$ 0.002	دال إحصائياً	
التركيب الصحي	20.40	4.173					
المعلوماتية	14.71	1.821					
صناعة الحلويات	21.38	4.011					
مساعد تقني متخصص في المكتبات والتوثيق	19.78	5.783					
الطبخ التقليدي	19.35	5.638					
أمين مخزن	16.43	6.630					
المجموع	18.44	5.452					
7	20	21					13

يشير الجدول أن المتوسطات الحسابية من حيث التخصصات كانت متباينة، حيث سجلت أكبر قيمة لتخصص التركيب الصحي والتي قدرت بـ 20.40 لدى المتربصين، وسجلت أصغر قيمة في المتوسطات لتخصص المعلوماتية، وبانحراف معياري لأكبر قيمة بلغت 9.404 لدى تخصص التدفئة المركزية، أما أصغر قيمة للانحراف المعياري قدرت بـ 1.821 لدى تخصص المعلوماتية، كما جاءت قيمة ANOVA بين التخصصات لدى المتربصين بـ (3.896)، بقيمة دلالة قدرت بـ (0.002)، وبالتالي فهي دالة عند 0.05، مما يدل على أن الإعلام يصل إلى المتربصين بصفة جيدة.

من خلال التفسير السابق نستنتج أن الإعلام يصل إلى المتربصين بصفة جيدة، وذلك لما توصلنا إليه من نتائج فيما يتعلق بالإعلام المهني، وهي دالة إحصائية، وبالتالي الفرضية تحققت.

➤ مناقشة نتائج الفرضية الثانية

فحسب الدراسة التي أجراها هولاند وآخرون 1977، حول علاقة السمات الشخصية المهنية بالتخصصات الأكاديمية باعتبارها بيئات مهنية، في هذا الصدد حسب بوسنة، 1998، هدفها الأول والأخير توجيه التلميذ لنوع الدراسة الملائمة وفقا لقدراته وميولاته، فتأكد هذه الدراسة أن ترك المجال للمتربص أن يختار نوع التخصص الذي يتلاءم معه، يجعله يبدي قابليته واستعداده للتعلم من خلال الكشف على طبيعة رغباته وميولاته، وحسب ما أشارت قبائلي أن التقييم المهني والنفسي يتم باعتماد روائز متخصصة من أجل مساعدة الشباب على بلورة مشاريعهم المهنية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما ورد في الجانب النظري حيث يلعب الإعلام المهني دورا أساسيا في نجاح التوجيه داخل مراكز التكوين المهني وذلك بتقديم العون للمتربصين على اختيار التخصصات التي توافق وتناسب ميولاتهم واستعداداتهم وقدراتهم ومساعدتهم على تجاوز مشاكلهم لتحقيق التكيف في وسط التكوين المهني.

خاتمة واقتراحات

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع الإعلام المهني في مؤسسات التكوين المهني وذلك من منظور المتربّصين حيث أجريت هذه الدراسة بولاية وهران.

وعليه نوهنا للأهمية الكبرى للإعلام كخدمة ووسيلة لتطوير أداء المستشار وتفعيل العملية الإرشادية ككل، انطلاقاً مما توصلت إليه نتائج هذه الدراسة والدراسات السابقة، لهذا يجب أن نعطي أهمية كبيرة لهذه الخدمة لما لها من فعالية.

فقد أصبح إعداد المتربّصين في القرن الواحد والعشرين يستدعي نقلة نوعية واهتماماً، على مستوى العناية بمتطلّبات وحاجات المتربّص بما يمكن كل متربّص من تنمية قدراته وإمكانيّاته.

والإعلام ما هو إلا استراتيجية عمل تعين المستشار على تنفيذ مهامه بل تضيي عليها الطابع النفسي والإرشادي والابتعاد تدريجياً عن ممارسة المهام الإدارية التي أعاقَت مهامه الحقيقية.

إنّ هذا يلزم علينا التفكير في إنجاز برنامج شامل ومستمر للإعلام المهني يأخذ بعين الاعتبار تحديد مستويات المداخلة والمحاور والمضامين الواجب التّطرّق إليها، وذلك بناءً على المعرفة الدقيقة لحاجيات المتربّصين وكذا رسم الأهداف المرجوة والوسائل الكفيلة لإنجاح عملية الإعلام المهني، مع وضع سند للتقويم يمكن مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين من تحسين أداءه من جهة وجعل البرنامج مستمرّ ومساير للتطوّرات الحاصلة في الوسط المهني من جهة أخرى.

لأنّ العملية الإعلامية يجب أن تساعد المتربّص على إعطاء معنى للمعلومات المكتسبة وإدماجها في خصائصه الشخصية، وذلك لبناء معرفة سلوكية ومستقبلية.

وهكذا نكون قد توقّفنا هنا بهذه الدراسة، متمنيين أن تدعم نتائجها مختلف الدراسات التي تهدف إلى تحسين استراتيجيات عملية الإعلام المهني.

ومن خلال ما توصلت إليه دراستنا الحالية يمكن استخراج الاقتراحات التالية:

- إجراء المزيد من البحوث حول الإعلام المهني.
- وضع برامج وتوعيات تفيد المتربصين الخاضعين لمراكز التكوين المهني.
- فتح مجال لدراسات مستقبلية تثري التوجيه لفائدة مستشاري التوجيه والتقييم والإدماج المهني.
- تنمية الكفاءات الإرشادية والتوجيهية والتقييمية.
- المساهمة في رفع مستوى الأداء المهني لفئة مستشاري التوجيه والإدماج والتقييم المهني، بإشراك المتربصين في مراكز التكوين المهني، لبلوغ أهداف منظومة التكوين والتعليم المهنيين.

قائمة المراجع

- الكتب:

- 1- السيد عبد الحميد عطية (1999)، استخدامات التحليل الإحصائي في خدمة البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة، الإسكندرية.
- 2- س. تبّاني (1998)، دليل الإعلام، التوجيه والانتقاء للاتحاق بمؤسسات التكوين المهني، الجزائر.
- 3- قبائلي صبرينة، دور الإعلام في التوجيه داخل مؤسسات التكوين المهني، مركز التكوين المهني والتمهين الأخوين مسعد رأس الوادي 2.
- 4- د. عمار بوحوش، د. محمد محمود الذنبيات (2007)، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الطبعة الرابعة، بن عكنون، الجزائر.
- 5- د. رشدي القواسمة وآخرون (2012)، مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الأردن.
- 6- أ. د. سعد سلمان المشهداني (2019)، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، طبعة أولى، عمان، الأردن.

- الوثائق والمناشير الوزارية:

- 1- الجريدة الرسمية عدد 13، الصادرة في 2009/02/25.
- 2- المواد 79 و 80 و 81، من المرسوم التنفيذي رقم 9-93، يحدّد مهام مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين.

- الرسائل الجامعية:

- 1- أوصيف فضيلة(2016)، معوقات تطبيق الاختبارات والمقاييس النفسية لدى مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهني في مؤسسات التكوين المهني، دراسة ميدانية بولاية المسيلة، سطيف، برج بوعريريج، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التربية، جامعة المسيلة.
- 2- أحمد بلقمرى(2013)، بحوث ودراسات التوجيه المهني في الجزائر.
- 3- إسماعيل الأعور(2005)، واقع الإعلام التربوي في مؤسسات التعليم الثانوي بالجزائر من منظور مستشاري التوجيه المدرسي والمهني والتلاميذ، دراسة ميدانية بولاية ورقلة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس المدرسي، جامعة ورقلة.
- 4- سامعي توفيق(2011)، مدى تحقيق مؤسسات التكوين المهني في مدينة سطيف للكفايات المهنية لدى خريجي القطاع المكون، رسالة دكتوراه في علوم التربية، غير منشورة، جامعة فرحات عباس سطيف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر.
- 5- عواطف روايقية(2019)، واقع التوجيه بمراكز التكوين المهني، دراسة ميدانية بمركز التكوين المهني "حماني عباس" بدائرة مسكيانة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص علم النفس عمل وتنظيم وتسيير الموارد البشرية، جامعة أم البواقي.
- 6- محمد علي حامد علي(2016)، فاعلية برنامج إرشادي مهني في تحسين عملية الاختيار المهني لدى عينة من طلبة الصف العاشر، رسالة ماجستير، جامعة القدس.
- 7- مسعودي عفاف(2014)، إعداد دليل لمرافقة متربصي التكوين المهني بهدف إدماجهم في سوق الشغل موجه لمستشاري التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين، دراسة وصفية استكشافية بمؤسسات التكوين والتعليم المهنيين بولاية الوادي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التربية، جامعة الوادي.

8-مىلاط صبرىنة(2007)، التكوىن المهنى والفعالىة التّنظىمىة، دراسة مىدانىة بالمحطّة الوطنىة للكهرباء والغاز جىجل نموذجا، رسالة ماجسلىر فى تنمىة وتسىبر الموارء البشرىة، غير منشورة، جامعة منورى قسنطىنة، كلىة العلوم الإنسانىة والىجتماعىة، الجزائر .

9-نجاة، علوى(2011)، واقع التّوچىه المدرسى بىن الأسس العلمىة والارتجالىة، رسالة ماجسلىر غير منشورة، جامعة منورى، قسنطىنة.

10-هادف، نجاة ساسى(2014)، دور التكوىن المهنى فى تأهىل ذوى الالحىاجات الخاصّة من وجة نظر الإدارىين والأساتذة، رسالة دكتوراه فى علم الاجتماع تخصّص موارء بشرىة، غير منشورة،جامعة محمّد خىضر بسكرة، كلىة العلوم الإنسانىة والىجتماعىة، الجزائر .

- المجلات والدورىات:

1-د.بوعالىة شهرزاد(2019)، التّوچىه المهنى وبنىاء المشروع، مطبوعة الدّعم البىداغوىى موجهة لطلبة السنّة أوىلى ماسلىر علم النّفس عمل وتنظىم وتسىبر الموارء البشرىة، جامعة سطفى.

2- سلاطنىة بلقاسم(2001)، التكوىن المهنى والتّنمىة رؤىة إمبرىقىة عن كىفىة طرء ومعالجة مشكلة بءء فى علم الاجتماع. مجلة العلوم الإنسانىة والىجتماعىة. جامعة محمّد خىضر بسكرة، العءء 01. الجزائر .

3- صالح عتّوته(2018)، مطبوعة مقىاس مءءل إلى التّوچىه والإرشاء النّفسى والتّربوىى، موجهة لطلبة السنّة الثّانىة مسار علوم التّربىة، جامعة سطفى.

4-محموء بوسنة(1993)، حولىات، بدون طبعة، جامعة الجزائر .

- المواقع الإلكترونية:

1-لبنى مهدي، ما هو التّوجيه المهني في الإعلام؟ مقال منشور على موقع "عربي".

<https://e3arabi.com>

2-مواش حكيم، موقع منبر موظفي التّوجيه والإرشاد المدرسي والمهني.

<https://sites.google.com/site/manbercospsite/home>

- الملتقيات:

1-شليحي رابح، شعنان ياسمينة(2018)، أهميّة الإعلام في تفعيل دور مستشار التّوجيه والتّقييم والإدماج المهنيّين من وجهة نظر المستشارين أنفسهم بمراكز التّكوين المهني، ملتقى وطني، جامعة المدية.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة وهران 2

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم التربية

تخصص إرشاد وتوجيه

استمارة تقيس مدى وصول الإعلام المهني إلى المتربّصين

* إعداد الطالبة: العطاري فادية

استمارة تقيس مدى وصول الإعلام المهني إلى المتربّصين.

أستاذي الفاضل، أستاذتي الفاضلة:

يشرفني أن أضع بين أيديكم استمارة تقيس مدى وصول الإعلام المهني إلى المتربّصين، ويدخل هذا في إطار إعداد مذكرة تخرّج لنيل شهادة الماستر، تخصص إرشاد وتوجيه، تحت عنوان "الإعلام المهني دراسة تقييمية من منظور المتربّصين".

بغرض تحكيمها وإفادتنا باقتراحاتكم فيما يتعلّق ب:

- مدى ملاءمة البنود.

- مدى ملاءمة البدائل.

ونقدّر مساعدتكم ونشكركم جزيل الشكر.

إشكالية الدراسة:

من مهام مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين السعي لاستقطاب المترشحين لمراكز التكوين المهني فيساعدهم ويرافقهم ليفهم ما يريدون ويحققون تكييفًا نفسيًا اجتماعيًا مع محيط الترتيب، ويعرف استعداداتهم، وكفاءاتهم، ليحققوا توجيهها صحيحًا، انطلاقًا مما حدده الإعلام المهني، متبعا وسائل لتنفيذه، وطرق مختلفة يزاولها مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين.

ومنه يمكن طرح التساؤل الآتي: ما مدى وصول الإعلام المهني إلى المترشحين؟

التعريف الإجرائية:

1-الإعلام المهني: ونريد بالإعلام المهني هنا، حصص الإعلام التي يقدمها مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين للمترشحين، التي تربطه بهم، فهو عملية يقدم فيها للمترشحين معلومات عن أساسيات وخصائص تكوينهم ومتطلباته في الميدان، لمساعدتهم على الاختيار وأخذ القرار فيما يخص مستقبلهم المهني.

2-التوجيه: هو عملية مساعدة الفرد على أن يفهم ذاته، ويعرف استعداداته وقدراته وإمكانياته، ووضع خطط مستقبلية وأيضا يدلّ على العلاقة المهنية التي يكون فيها المرشد مسئولا عن تقديم العون للأفراد، ويمثله مستشار التوجيه الذي يسعى ليفهم ويحلّل رغباتهم وكفاءاتهم واحتياجاتهم، وتعزيز القدرة على الاختيار، واتخاذ القرار، والاستعداد النفسي للمستقبل، لوضع الشخص المناسب في المكان والزمان المناسبين، لتحقيق التوافق النفسي والمهني.

3-مستشار التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين: هي رتبة موظف التوجيه والتقييم والإدماج المهنيين، يملك شهادة ليسانس أو ماستر علوم التربية، وهو المسئول عن أعمال مكتب الاستقبال، ويقوم بخدمات الإرشاد والتوجيه في مراكز التكوين المهني، من أجل

تحقيق توجيه سليم وتحسينا للمردود المهني داخل مراكز التكوين المهني، من خلال الكشف عن استعدادات المتربّصين والتّعرف علميولاتهم واحتياجاتهم وبالتالي يساعدهم في اختيار تخصّص تكوينهم المهني.

4-المتربّصون: هم الشّباب المسجّلين في مؤسّسات التكوين المهني من أجل متابعة تكوينهم في تخصّص مهني ضمن التّخصّصات المبرمجة في المركز.

5-مراكز التكوين المهني: هي المراكز أو المعاهد المسؤولة عن التكوين والتّعليم المهنيّين، تابعة لوزارة التّعليم والتكوين المهنيّين، تسعى لتكوين المتربّصين في مهن وحرف شتى،وبالتّالي الحصول على شهادة الكفاءة المهنيّة.

الفرضيات:

1-يؤثّر الإعلام المهني في الذّكور بصفة إيجابيّة أكثر من الإناث.

2-يصل الإعلام المهني إلى المتربّصين بصفة جيّدة.

الصورة الأولى للاستبيان قبل التحكيم

البيانات الخاصة:

..... - التخصّص:

المؤهل العلمي: متوسط

ثانوي

جامعي

..... - الجنس:

1-تحضر الأبواب الإعلامية المفتوحة على التّكوين المهني. نعم

لا

2-تعرف الاختصاصات المفتوحة بمؤسسة التّكوين المهني. نعم

لا

3-تلجأ إلى مستشار التّوجيه للاستفسار أكثر حول التّخصّصات الموجودة. نعم

لا

4-ما شكل الإعلام المهني الذي قرأته؟ دليل مؤسسات التّكوين المهني

مطويات إعلامية

لافتات

5-تبحث في مواقع التّواصل الاجتماعي على جديد تخصّصات التّكوين المهني. نعم

لا

6-تعرف مدّة التّكوين والشّهادات الممنوحة. نعم

لا

7-تحتّ باقي المتربّصين على طلب المساعدة من مستشار التّوجيه. نعم

لا

8-ما عنوان المطويات التي قرأتها آخر مرّة في مركز التّكوين المهني؟.....

9- توجد فترات تنزودون فيها بالإعلام. نعم لا

10- تعرف كيفية التسجيل للالتحاق بمؤسسة التكوين. نعم لا

لا

11- ما هي التخصصات التي تتكون فيها؟

12- قرأت دليل الطالب المهني. نعم لا

لا

13- تعرف شروط القبول في التخصص وملف التسجيل. نعم لا

لا

14- باعتقادك ما هي أكثر التخصصات إقبالا؟

15- جعلك الإعلام المهني تتخذ قرارات مهنية بطريقة سهلة. نعم لا

لا

16- أصبح لديك معلومات كافية عن عالم التكوين المهني. نعم لا

لا

17- التخطيط لاختيار تخصصك يجب أن يتناسب مع قدراتك وميولك. نعم لا

لا

18- ساعدتك المطويات واللافتات على التعرف إلى متطلبات المهن والتزود بمعلومات

كافية عن كل تخصص. نعم لا

لا

19- مكّنتك الإعلام المهني من الربط بين اختيار تخصصك الذي ستكوّن فيه ومهنة

المستقبل. نعم لا

لا

20- أصبحت تستعمل الوثائق والمطويات الإعلامية للتزود بمعلومات أكثر حول

تخصصات التكوين المهني. نعم لا

لا

21- ساعدك الإعلام المهني على اتخاذ قرارك حول اختيار تخصصك. نعم لا

لا

22- أصبحت تطلع على اللافتات الإعلامية بصورة دورية. نعم لا

لا

23- تشعر بالرضا الذاتي حول اختيار تخصصك. نعم لا

لا

لا

24- للحصص الإعلامية دور في تكوين رغبتك في تخصصك الحالي. نعم لا

لا

25- جعلك الإعلام المهني تراعي الاختلاف بين التخصصات المختلفة. نعم لا

لا

26- تفضّل الدراسة على التّربّص في التّكوين المهني. نعم لا

لا

27- ساعدك الإعلام المهني على وضع بدائل عند اختيار تخصصك. نعم لا

لا

28- تستفيد كثيرا من الحصص الإعلامية. نعم لا

لا

29- أصبحت لديك القدرة على تحديد تخصصك المهني. نعم لا

لا

30- تقدّم لك إدارة مركز التّكوين المهني التّسهيلات اللاّزمة لمباشرة التّكوّن. نعم لا

لا

31- تعتقد أنّ للإعلام المهني دور فعّال في الإقبال على التّربّص في مركز التّكوين

المهني. نعم لا

لا

قائمة

الأساتذة المحكمين على الاستبيان

الرتبة العلمية	الأستاذ المحكم
أستاذة محاضرة "أ"	سواغ
أستاذ دكتور	بلقوميدي عباس
مستشار التوجيه	حميدي محمد رضا
مستشارة التوجيه	السيدة بن عشرية
مستشارة التوجيه والإدماج والتقييم المهنيين	السيدة بوقصارة رقية

الصورة النهائية للاستبيان بعد التحكيم والتعديل

البيانات الخاصة:

- التخصّص:
- المؤهل العلمي:
- الجنس:

المحور	العبرة	نعم	لا
الإعلام المهني	01-تحضر الأبواب الإعلامية المفتوحة على التّكوين المهني.		
	02-تبحث في مواقع التّواصل الاجتماعي على جديد تخصّصات التّكوين المهني.		
	03-توجد فترات تنزّودون فيها بالإعلام.		
	04-قرأت دليل الطّالب المهني.		
	05-جعلك الإعلام المهني تتخذ قرارات مهنيّة بطريقة سهلة.		
	06-التّخطيط لاختيار تخصّصك يجب أن يتناسب مع قدراتك وميولك.		
	07-مكّنك الإعلام المهني من الرّبط بين اختيار تخصّصك الذي ستكوّن فيه ومهنة المستقبل.		
	08-ساعدك الإعلام المهني على اتّخاذ قراراتك حول اختيار تخصّصك.		
	09-تشعر بالرّضا الذاتي حول اختيار تخصّصك.		
	10- جعلك الإعلام المهني تراعي الاختلاف بين التّخصّصات المختلفة.		
	11- ساعدك الإعلام المهني على وضع بدائل عند اختيار تخصّصك.		
	12- أصبحت لديك القدرة على تحديد تخصّصك المهني.		
	13- تقدّم لك إدارة مركز التّكوين المهني التّسهيلات اللاّزمة لمباشرة التّكوّن.		
	14- تعتقد أنّ للإعلام المهني دور فعّال في الإقبال على التّربّص في مركز التّكوين المهني.		

		01- تعرف الاختصاصات المفتوحة بمؤسسة التكوين المهني.	الخصص الإعلامية
		02- تعرف مدة التكوين والشهادات الممنوحة.	
		03- تعرف كيفية التسجيل للالتحاق بمؤسسة التكوين.	
		04- تعرف شروط القبول في التخصص وملف التسجيل.	
		05- أصبح لديك معلومات كافية عن عالم التكوين المهني.	
		06- ساعدتك المطويات واللافتات على التعرف إلى متطلبات المهن والتزود بمعلومات كافية عن كل تخصص.	
		07- أصبحت تستعمل الوثائق والمطويات الإعلامية للترؤد بمعلومات أكثر حول تخصصات التكوين المهني.	
		08- أصبحت تطلع على اللافتات الإعلامية بصورة دورية.	
		09- للخصص الإعلامية دور في تكوين رغبتك في تخصصك الحالي.	
		10- تفضل الدراسة على التربص في التكوين المهني.	
		11- استفدت كثيرا من الخصص الإعلامية.	التوجيه
		01- تلجأ إلى مستشار التوجيه للاستفسار أكثر حول التخصصات الموجودة.	
		02- تحث باقي المتربصين على طلب المساعدة من مستشار التوجيه.	

01- ما شكل الإعلام المهني الذي قرأته؟ دليل مؤسسات التكوين المهني

مطويات إعلامية.

لافتات.

02- ما عنوان المطويات التي قرأتها آخر مرة في مركز التكوين المهني؟

.....

03- ما هي التخصصات التي تتكون فيها؟

.....

04- باعتقادكم ما هي أكثر التخصصات إقبالا؟

.....

مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

Corrélations

المحور الأول	تحتقيموا افعالآوا توجدفتر انتتزو دونيهابالإعلام م.	تحتقيموا افعالآوا صلا لاجتماعيعلج ديتخصصاتالتكو ينالمهني.	قر أندليلالطالبا دونيهابالإعلام مهني.	جعلكالإعلام المهنيآتخذقر اراتمهنيآبط ريقةسهلة.	التخطيطلاختيا رتخصصكيجب أنيآناسبمعقدرات كومولك.	حضر تالابوالإ علاميةالمفتوحة عليالتكوينالمهني	
المحور الأول	Corrélation de 1	,455**	,629**	,334*	,491**	,475**	,370*
	Pearson						
	Sig. (bilatérale)	,005	,000	,044	,002	,003	,024
	N	37	37	37	37	37	37
تحتقيموا افعالآوا صلا لاجتماعيعلج يعلجديدتخصصاتالتكوينالمهني.	Corrélation de ,455**	1	,045	-,017	,320	,141	-,141
	Pearson						
	Sig. (bilatérale)	,005	,793	,920	,053	,406	,406
	N	37	37	37	37	37	37
توجدفتر انتتزو دونيهابالإعلام	Corrélation de ,629**	,045	1	-,006	,224	,268	,210
	Pearson						
	Sig. (bilatérale)	,000	,793	,970	,183	,109	,213
	N	37	37	37	37	37	37
قر أندليلالطالبا المهني.	Corrélation de ,334*	-,017	-,006	1	-,125	,071	-,071
	Pearson						
	Sig. (bilatérale)	,044	,920	,970	,461	,676	,676
	N	37	37	37	37	37	37
جعلكالإعلام المهنيآتخذقرارات مهنيةبطريقةسهلة.	Corrélation de ,491**	,320	,224	-,125	1	-,090	,090
	Pearson						
	Sig. (bilatérale)	,002	,053	,183	,461	,595	,595
	N	37	37	37	37	37	37
التخطيطلاختيارتخصصكيجب نيآناسبمعقدراتكومولك.	Corrélation de ,475**	,141	,268	,071	-,090	1	-,119
	Pearson						
	Sig. (bilatérale)	,003	,406	,109	,676	,595	,483
	N	37	37	37	37	37	37
حضر تالابوالإعلاميةالمفتوحة عليالتكوينالمهني	Corrélation de ,370*	-,141	,210	-,071	,090	-,119	1
	Pearson						

	Sig. ,000	,006	,653	,012	,029	,200	,527	,114	,025		,763	,261	
	(bilatérale)												
	N 37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	
تفضلاً لدراسة علماء تربصياً التكوين المهني ي.	Corrélation de Pearson	,431**	,189	,530**	-,067	,126	-,026	,593**	-,107	,078	,051	1	,062
	Sig. ,008	,261	,001	,692	,457	,878	,000	,528	,646	,763		,715	
	(bilatérale)												
	N 37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	
تستفيد كثير من صالحات إعلامية.	Corrélation de Pearson	,664**	,452**	,016	,699**	,278	,358*	,153	,536**	,172	,189	,062	1
	Sig. ,000	,005	,923	,000	,096	,029	,367	,001	,308	,261	,715		
	(bilatérale)												
	N 37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

	المحور_الرابع	تلجأ المستشار التوجيهي ستفسار أكثر حول التخصص صالحات الموجودة.	تحتياقي المتر بصين على طلب مساعدته من المستشار التوجيهي
المحور_الرابع	Corrélation de Pearson	1	,729**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000
	N	37	37
تلجأ المستشار التوجيهي تخصصات الموجودة.	Corrélation de Pearson	,729**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,926
	N	37	37
تحتياقي المتر بصين على طلب توجيه.	Corrélation de Pearson	,696**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,926
	N	37	37

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations		
Valide	37	100,0
Exclue ^a	0	,0
Total	37	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,827	35

Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
الجنس	24,6469	38,981	-,134	,835
التخصص	23,7550	37,664	,039	,836
العلمي_المؤهل	24,2415	39,302	-,155	,844
حضر تالابو اباالإعلامية المفتوحة علناالتكويناالمهني	25,4577	38,773	-,093	,836
تبحثفيمواقعالآواصلااجتمايعيلجديدتخصصاتالتكويناالمهني.	25,1334	35,763	,478	,818
توجدفترانتنتزودونفهبابالإعلام	25,1874	36,092	,383	,821
قرأتدليلاطلبالمهني	25,3496	37,744	,071	,831
جعلكالإعلامالمهنيأخذقراراتمهيتهبطريقةسهلة	25,1874	35,695	,457	,818
التخطيطلاختيارتخصصكيجبأنيبتناسبمعقدراكومبول	25,3226	36,610	,260	,825
مكنتكالإعلامالمهنيمنالربطبينالاختيارتخصصكأذيتسك	25,3766	36,007	,358	,821
ونفيموهنةالمستقبل				
ساعدكالإعلامالمهنيعلماأخذقراركولاختيارتخصصك	25,1064	36,604	,329	,822
تشعربالرضاالذاتيجولاختيارتخصصك	25,2956	35,688	,421	,819
جعلكالإعلامالمهنيتراعياالاختلافبينالتخصصاتالمختلفة	25,1604	36,222	,372	,821
ساعدكالإعلامالمهنيعلوضعبداالعندااختيارتخصصك	25,1874	36,177	,368	,821
أصبحتلديكالقدرةعلنتحديدتخصصكالمهني	25,0793	36,576	,356	,822

تقدّم لمدار مركز التكوين المهني التسهيلات الأثرية من ملباشه رة التكوّن.	25,1874	35,711	,454	,818
تعتقد أن للإعلام المهني دور فعال في الإقبال على التكوّن بصيفيمرك ز التكوّن المهني.	25,1334	36,855	,265	,824
عرفت الاختصاصات المفتوحة بمؤسسة التكوّن المهني	25,1604	35,391	,532	,816
عرفت المؤسسة التكوّن والشهادات المنوحة	25,3766	36,000	,359	,821
عرفت كيفية التسجيل للتحاق بمؤسسة التكوّن	25,2415	35,127	,537	,815
عرفت شروط وطاقيو لفي الاختصاصات للتسجيل	25,2685	35,804	,407	,820
أصبح لديك معلوما كافية عن عالم التكوّن المهني	25,2145	35,987	,392	,820
ساعدتك المطويات والأفكار المتعددة في التعرف على متطلبات المهنة و ديمعلو ما كافية عنك اختصاص	25,2685	36,308	,319	,823
أصبحت تستعمل لوثائق المطويات في علامية التكوّن و ديمعلو ما أكثر حول اختصاصات التكوّن المهني	25,1874	35,917	,416	,819
أصبحت تعلم على الأوقات الأثرية بصورة دورية	25,0793	36,401	,393	,821
كان له دور في توكوير غير كافية بخصوص الحالي	25,2415	35,618	,448	,818
تفضلت لدراسة على التكوّن بصيفي التكوّن المهني	25,2415	36,521	,288	,824
تستفيد كثير من الامتصاصات الإعلامية	25,1604	35,324	,545	,816
تلجأ للمستشار التوجيهي للاستفسار أكثر حول الاختصاصات لموجودة	25,2956	37,067	,186	,827
تحثب ابقيا المتر بصين على طلب المساعدة من مستشار التوجيه	25,2145	35,244	,527	,816
دليل مؤسسات التكوّن المهني	25,5658	38,560	-,058	,834
الثاني_ المحور	25,1908	36,078	,819	,816
الرابع_ المحور	25,2550	36,039	,548	,817
الثالث_ المحور	25,2218	35,694	,902	,814
المحور الأول	25,2730	36,598	,680	,819

Statistiques

		البنود	الجنس	التخصص	العلمي_ المؤهل
N	Valide	100	100	100	100
	Manquant	0	0	0	0
Moyenne		18,44	1,33	3,94	1,64
Erreur standard de la moyenne		,545	,047	,182	,072
Médiane		19,00	1,00	4,00	1,50

Mode	15	1	6	1
Ecart type	5,452	,473	1,819	,718
Plage	27	1	6	2
Minimum	0	1	1	1
Maximum	27	2	7	3
Somme	1844	133	394	164

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes				Intervalle de confiance de la différence à 95 %		
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Inférieur	Supérieur
البنود	Hypothèse de variances égales	1,425	,236	1,836	98	,069	2,104	1,146	-,170	4,378
	Hypothèse de variances inégales			1,956	75,380	,054	2,104	1,076	-,039	4,247

Mesures d'association

	Eta	Eta carré
الجنس * البنود	,182	,033

Récapitulatif de traitement des observations

	Observations					
	Inclus		Exclu		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
الجنس * البنود	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%

Rapport

البنود

الجنس	Moyenne	N	Ecart type
ذكر	19,13	67	5,683
أنثى	17,03	33	4,720
Total	18,44	100	5,452

Tableau ANOVA

		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
الجنس * البنود	Entre groupes (Combinée)	97,879	1	97,879	3,372	,069
	Intra-groupes	2844,761	98	29,028		
	Total	2942,640	99			

Rapport

البنود

التخصص	Moyenne	N	Ecart type
التدفئة المركزية	15,86	7	9,406
التركيب الصحي	20,40	20	4,173
معلوماتية	14,71	21	1,821
صناعة الحلويات	21,38	13	4,011
مساعدتقني متخصص في المكتبات الوثائق	19,78	9	5,783
الطبخ التقليدي	19,35	23	5,638
أمين مخزن	16,43	7	6,630
Total	18,44	100	5,452

Tableau ANOVA

			Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
التخصص * البنود	Entre groupes (Combinée)		591,133	6	98,522	3,896	,002
	Intra-groupes		2351,507	93	25,285		
	Total		2942,640	99			

Récapitulatif de traitement des observations

	Observations					
	Inclus		Exclu		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
التخصص * البنود	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%